



臺中市政府
TAICHUNG CITY GOVERNMENT

臺中市政府 97 年度 自行研究發展報告

從活化都市生機帶動經濟發展論臺中市
鎮南休閒專用區與休閒產業需求之關係



-
- 研究單位：臺中市中興地政事務所
 - 研究人員：第二課課長 唐仁棟
 - 研究日期：97 年 4 月 1 日至 97 年 8 月 31

目 錄

目錄	I
圖目錄	II
表目錄	V
摘要	VI
第一章 緒論	1
第一節 問題陳述與分析	1
第二節 研究目的	11
第三節 研究範圍	12
第四節 研究內容與流程	13
第二章 文獻回顧	15
第一節 休閒的意涵	15
第二節 休閒產業與空間理論	24
第三節 休閒專用區規劃概況	50
第三章 研究方法	52
第一節 研究區域及對象	52
第二節 問卷設計	52
第四章 問卷成果分析	53
第一節 受訪者的組成	53
第二節 受訪者對休閒專區規劃之認知需求	56
第三節 受訪者對休閒專區的效益認同	61
第四節 對特殊娛樂服務業與博奕設施業的看法	64
第五節 受訪者對休閒專區的關注與參與意向	67
第六節 偏好空間類型與行業別	71
第五章 研究結論與建議	74
參考文獻	77
附錄	81

圖 目 錄

圖 1-1	計畫範圍示意圖	6
圖 1-2	台中市休閒專用區發展定位示意圖	7
圖 1-3	高速鐵路通車後的台灣西部都會帶再結構示意圖	9
圖 1-4	研究流程圖	14
圖 2-1	休閒、遊憩及觀光之間關係示意圖	16
圖 2-2	Maslow 需求層級	18
圖 2-3	休閒產業之組成概念圖	38
圖 2-4	計畫區位置示意圖	42
圖 2-5	都市計畫範圍示意圖(主要計畫)	43
圖 2-6	土地權屬分布示意圖	45
圖 2-7	發展分區示意圖	50
(以下附圖為問卷調查選項之比例統計)		
圖 4-1	受訪者性別	53
圖 4-2	受訪者年齡	54
圖 4-3	受訪者教育程度	54
圖 4-4	受訪者目前職業	54
圖 4-5	受訪者居住在臺中那一區	55
圖 4-6	受訪者婚姻狀況	55
圖 4-7	受訪者每周休閒次數	55
圖 4-8	受訪者每月可運用於休閒娛樂之金額	56
圖 4-9	您瞭解臺中市有規劃休閒專用區的計畫	57
圖 4-10	臺中市有規劃開發休閒專用區之需要	57
圖 4-11	臺中市政府規劃休閒專用區的方向正確且積極	57
圖 4-12	臺中市政府在規劃休閒專用區前應先探詢市民的態度	58
圖 4-13	休閒空間需朝專用區及整體規劃之必要	58
圖 4-14	休閒專用區規劃之休閒產業類別大都符合需求且多樣	59

圖 4-15	高鐵台中烏日站能為休閒專用區帶來休閒消費人潮	59
圖 4-16	您認為臺中市規劃設置休閒專用區，將來主要來此空間的休閒者或遊客為	60
圖 4-17	休閒專用區的規劃開發能活化都市機能	62
圖 4-18	休閒專用區的規劃開發能促進經濟發展	62
圖 4-19	將來您至該區參與休閒的活動可以增加心情的愉悅	63
圖 4-20	將來您至該區參與休閒的活動可以提昇生活品質	63
圖 4-21	將來您至該區參與休閒的活動可以提高社會地位	63
圖 4-22	規劃特殊娛樂服務業(八大行業)空間將有助經濟發展	64
圖 4-23	規劃設置博奕設施業空間將有助經濟發展	64
圖 4-24	特殊娛樂服務業(八大行業)營業對社會不會有傷風敗俗的負面影響	65
圖 4-25	博奕設施業營業不會有傷風敗俗的負面影響	65
圖 4-26	政府應鬆綁博奕相關法令，允許博奕設施業設置營業	66
圖 4-27	政府應鬆綁特殊娛樂服務業(八大行業)相關法令，允許娛樂服務業(八大行業)設施營業	66
圖 4-28	休閒專用區的規劃設置將可能增加您的休閒參與機會	67
圖 4-29	休閒空間集中整體規劃會增加您前往的意願	67
圖 4-30	將來您會前往特殊娛樂服務業(八大行業)空間消費休閒	68
圖 4-31	將來您會前往博奕設施業空間消費休閒	68
圖 4-32	將來您會對休閒專用區的規劃開發的發展進度關心注意	68
圖 4-33	將來您會對休閒專用區的各项休閒活動關心注意	69
圖 4-34a	交通便利會增加您前往休閒空間的意願	69
圖 4-34b	您希望從您的居住地多久可到達您的休閒地點？_____小時	69
圖 4-35	對於休閒專用區之使用分區的空間規劃的產業別空間所獲得所有受訪者偏好的百分比	71

圖 4-36	各項產業機能空間獲支持比例-1	72
圖 4-37	各項產業機能空間獲支持比例-2	72
圖 4-38	各項產業機能空間獲支持比例-3	73

表 目 錄

表 1-1	台中市休閒專用區預計引進產業項目表.....	7
表 1-2	臺中市自民國 90 至 96 年 7 月合法與非法九種行業家數表...	8
表 2-1	休閒產業之行業分類表.....	26
表 2-2	休閒專用區容許使用一覽表.....	28
表 2-3	休閒產業之獨有特性.....	31
表 2-4	台灣休閒事業發展史.....	33
表 2-5	臺中市商圈特性一覽表.....	36
表 2-7	土地權屬一覽表.....	45
表 2-8	空間規劃面積比例一覽表.....	48
表 2-9	容許使用項目一覽表.....	51

從活化都市生機帶動經濟發展論臺中市 鎮南休閒專用區與休閒產業需求之關係

唐仁楦¹

摘要

臺中市政府為迎接高速鐵路時代的來臨，並運用高鐵一日生活圈的時空壓縮服務機能，發展觀光休閒產業，促進臺中市經濟的發展，於 2006 年將南屯區鎮平里及中和里附近農業區及河川區規劃「休閒專用區」，擬藉其鄰近高速鐵路臺中車站之區位優勢，規劃休閒專用區引導都會休閒商業型態進駐，形塑觀光娛樂的休閒風貌，活化都市機能帶動經濟發展，並提昇國際競爭力。

長期以來台中市即擁有高比例的商業機能、完整服務業結構與消費市場環境著稱於全台。尤其文化經濟活動所帶動的居住、消費活動人口與不動產開發，成為引導台中市都市擴張成長的主要因素。其中「娛樂休閒產業」的蓬勃發展，更觸發了開發休閒市場的導向，台中市政府於 95 年 12 月依照都市計畫法第 19 條及第 23 條辦理公開展覽之「擬定台中市都市計畫(休閒專用區)細部計畫」草案，即以「時尚、休閒、水滸城」、「商業性都會消費休閒」為定位方向，擬於該專區內設置多元化娛樂、服務、文教等等設施。

該計畫所規劃之土地使用期望引進大量的休閒產業，並希望藉由毗鄰高速鐵路車站與都市邊緣的快速聯外交通等地理條件，提升休閒產業競爭力，增加市民的休閒機會，創造房地產市場的熱絡與地價提升。有鑑休閒已為人們生活所不可或缺活動，且休閒遊憩產業已為二十一世紀最具蓬勃發展潛力的服務產業之一，休閒產業的潛在市場與商機也難探究其量，許多企業家看好休閒產業的前景，也紛紛欲投入此一產業，惟放諸國內除大型遊樂場、休閒農場等外，尚無縣市提出專供休閒產業使用之休閒專用區之規劃。

目前臺中市休閒活動及設施的仍嫌不足，擬藉本文研究此休閒專用區之規劃開發，對休閒產業、休閒環境與休閒活動的有所助益，期望民眾可獲得良好的休閒生活，更可促進地方的繁榮，使休閒產業蓬勃發展，達到三贏的局面。

¹ 臺市中中興地政事務所第二課課長

第一章 緒論

第一節 問題陳述與分析

壹、休閒的發展與趨勢

我國因政府實施週休二日使民眾的工作時間逐漸減少，閒暇時間增多，參與休閒活動的機會也較過去增加許多(陳宗玄，1996；王傳銘，1996；謝智謀，2001；高俊雄，2002；廖振宏，2004)，政府對工作時數的明文規定，直接使休閒時間增加，多項相關休閒發展的建設與政策不僅反應社會對休閒的重視與需求，更象徵休閒時代的來臨(黃千珊，1999)。從政府大力推動「綠色砂島」、「2008年觀光客倍增計畫」²等一系列的休閒政策，使得國人的休閒型態與生活習慣逐漸改變，直接帶動了國人的休閒風潮。依據觀光局的統計資料顯示，2007年來臺旅客總計約372萬人次；2006年國人國內旅遊總旅次總計約1億754萬旅次，更加印證了休閒社會時代的來臨。

拜社會經濟發展之賜，我國人民的國民所得³於96年底已經達到16,700美元，95年台灣地區平均每戶家庭消費支出新台幣71萬3仟餘元，較94年增加1.7%；按支出內容觀察，其中娛樂教育和文化服務⁴的支出，約有新台幣9萬1仟餘元較94年增加0.7%(行政院主計處家庭收支調查，2007)顯示隨所得水準提高，國人消費支出已由衣食溫飽轉為追求生活品質之提升。由於人民的收入提高，對於休閒消費的需求與能力也跟著提高。蔡宏進(2004)指出正如英可爾定律所言，當人的收入越多時，用於糧食費用所佔的比率越低，用於其他費用所佔的比率越高。依此定律推論，當收入增加時，用於休閒娛樂的費用最可能大為增加，此一推論值得相信與驗證。邱永漢(2001)認為，在物資豐裕的工業社會，隨著一般消費需求得到滿足，人們的消費主要項目已經轉變到以娛樂為主，其次則是飲食、海外旅行等。同時他認為，以生產事業為核心的經濟時代即將結束，未來製富的金礦是存在於休閒娛樂產業。

社會不斷進步更新，未來休閒的項目也可能不斷推陳出新，數量將會增加，品質也會不斷的改善。蔡宏進(2004)認為將來可能變遷的趨勢及其關鍵性的影響有以下幾個因素：

一、人口及需求的增加使休閒種類與數量增多

² 2002年5月行政院正式核定名為「挑戰2008：國家發展重點計畫」

³ 國民所得：「國民生產毛額(Gross National Product, GNP)」係本國常住居民經營之生產機構或單位，在國內及國外從事生產之結果，此乃以生產觀點而言；生產結果主要分配為受雇報酬、財產及企業所得，以所得者而言，即稱為「國民所得(National Income, NI)」，惟固定資本消耗不能分配，因此國民生產毛額扣除固定資本消耗即為國民所得。

⁴ 娛樂教育和文化服務：其包涵(1)旅遊費用(2)娛樂消遣服務(3)書報雜誌文具(4)娛樂器材及附屬品(5)教育與研究費

- 二、技術進步使休閒品質提升
- 三、交通便捷使休閒活動空間與流動速度增加
- 四、有限性使天然休閒資源減少

由前述可看出，社會經濟發展使人們工作所得與休閒時間的增加，促使了休閒需求的提高，而社會的複雜化使休閒產業也趨於多樣化，休閒的相關管理部門與休閒產業經營者，自應重視人們期待之休閒需求，以切合將來的趨勢發展，因此地方縣市政府也應更重視觀光休閒產業的成長與經濟效益，並且規劃、擬訂相關發展政策、計畫，以求地方經濟發展與不動產的活絡、政府財政收入增加及都市競爭力的提升。

貳、休閒專用區的規劃概況

臺中市政府為迎接高速鐵路時代並發展觀光休閒產業，促進臺中市西南區域的發展，於 2006 年短期內採取單向式由上而下的市政系統決策(謝琦強, 2007)，於南屯區鎮平里及中和里附近農業區及河川區規劃鎮南「休閒專用區」(計畫範圍如圖 1-1)，擬藉其鄰近高速鐵路臺中車站(以下簡稱高鐵臺中車站)之區位優勢，運用高鐵一日生活圈的時空壓縮服務機能，規劃休閒專用區引導都會休閒商業型態進駐，形塑觀光娛樂的休閒風貌，提升都市競爭力。

該休閒專用區開發案是台中市政府近年來積極推動的重要建設之一，其專用區開發範圍面積約 149 公頃，是全國最大區域的觀光休閒商業區開發案，區內規劃 60 米園道連接台中市與高鐵站，並與高鐵特定區相連，希望吸引高鐵特定區的消費人口，台中市政府並積極爭取設置流行音樂中心進駐鎮南休閒區，增加該區觀光娛樂的休閒設施。

鎮南休閒專用區與高鐵烏日車站僅只筏子溪一水之隔，高鐵烏日車站特定區計畫中，對於跨越筏子溪，交通上之聯繫已有規劃，一般認為高鐵通車後，無論就旅客觀光、休閒需求，及促進台中市未來之繁榮發展而言，鎮南休閒專用區之開發刻不容緩。

該專用區設置選址於台中市西南邊緣地帶，藉由變更都市計畫、擬定細部計畫及採取區段徵收等方式，將現行近 149 的農業區土地擬開發建設，為以娛樂及消費服務為主的新市區。雖高鐵臺中車站座落臺中縣烏日鄉，位屬臺中市、臺中縣、彰化縣等 3 縣市核心區域，但高速鐵路促使「臺灣一日生活圈」的空間環境，帶來了臺灣地區空間重組的發展機會，更是中臺灣區塊空間再結構的觸媒。在區塊共生理念下，臺中市利用大肚山科技走廊的產業經濟動能及年輕人口的無限創造活力，結合高鐵的「時空壓縮」效應，將營造出臺中都會區的休閒消費新核心區域。

根據 2006 年底統計資料顯示，台中市三級產業人口比例高達 71.37

%，遠高於中部區域的 50.97%及整體台灣地區的 58.27%，顯示台中市長期即以高比例的商業及服務業結構與消費市場腹地著稱於全台，特別是相關經濟活動所帶動的居住、消費活動人口與不動產開發，成為引導台中市都市外擴成長的動力（謝琦強，2007）。台中市政府有鑑於此，採取相對符合市場導向的空間規劃政策，於 95 年 12 月依照都市計畫法第 19 條及第 23 條辦理推動辦理「擬定台中市都市計畫(休閒專用區)細部計畫」案，以「時尚、休閒、水畔城」、「商業性都會消費休閒」為定位方向，擬於該專區內進行規劃兼具旅館、商店街、餐飲服務、健身娛樂、特殊娛樂、博奕設施、商務住宅及文化教育設施等之專用區土地。(如圖 1-2 及表 1-1 所示)

台中市政府(2006A)闡述該計畫之規劃理念，為係擬利用現有地理景觀之延伸(如鄰近高速鐵路站及快速道路之交通樞紐，依泮筏子溪水流，以及台中市行政轄區的農業區邊緣地帶等景觀元素)，將發展定位朝向國際型娛樂服務產業之城中城、延續水文特色、轉換鄰避核心、融入流行文化、串聯多種動線、塑造特色意象，以營造都市公共地景，創造人流聚集之新都市核心。

有關該專用區開發案之土地區段徵收作業基金 35 億餘元預算，經台中市議會於 95 年通過該預算，且該案都市計畫之細部計畫亦於 95 年 12 月完成細部計畫規劃之公開展覽，該案經內政部都市計畫委員會第 604 及 607 次會議決議，有關農業區變更為園道用地及河川區變更為河川區兼作園道使用部分，基於道路系統完整性之考量同意變更，餘暫予保留。並建議臺中市政府應先就該休閒專用區擬引進產業類別及開發計畫等研提完整規劃內容後，再另案依都市計畫法定程序辦理變更(臺中市政府，2006)，此即該休閒專用區開發及規劃之起緣。

該區位於台中市 80 公尺外環道、中彰快速道路、筏子溪與楓樹里邊界所圍成之地區，土地面積總計約 149 公頃，其中休閒專用區即約計 131 公頃。這個計畫區如果開發完成將成為台中市有史以來最大的商業開發基地，規模將遠超過中區(商業區約 55 公頃)與新市政中心(總面積約 107 公頃)。

該專用區除規劃一般休閒的商業區外，較一般都市計畫用地不同的是規劃提供特殊娛樂服務機能的用地，劉美美、張雅幸(2007)研究統計臺中市自民國 90 至 96 年 7 月，臺中市合法視聽歌唱等八種行業及電子遊戲場業共 392 家，非法視聽歌唱等八種行業及電子遊戲場業共 61 家(統計如表 1-2)。可得知臺中市的特殊休閒娛樂服務仍有一定的消費市場，其並建議應積極推動設置休閒娛樂業專區，透過專區之設置將包括視聽歌唱等

八種行業等⁵休閒娛樂業產業引進導入活動，並有效集中管理，以加速開發商業使用，振興經濟，帶動地方繁榮發展。而臺中市政府於民國 96 年 1 月 10 日公布實施之「臺中市休閒娛樂服務業設置自治條例」，該條文內容明定臺中市休閒娛樂服務業之營業場所除應符合都市計畫及建築、消防等法令之規定外，並規定休閒娛樂服務業設置距離住宅區、學校、醫院等之限制，避免極富爭議性的娛樂服務業在設置營業後，給一般民眾普遍印象為衍生色情、治安問題之場所，造成週邊社區住戶、民眾心理及生活上之影響及不便，希冀降低對社會安寧、安全及國民身心健康之影響，維護公共安全及公共利益。

對於特殊娛樂服務場所，陳癸正（2007）認為台中市政府的用意，無非是希望逐步的要將台中市八大行業，循序集中設立於正在規劃中面積廣達一百餘公頃的「鎮南休閒專用區」。該項做法，立意甚佳，也頗具前瞻性，使色情酒店遠離住宅區，還給市民一個優質的居住空間，不再與色情酒店比鄰而居，期能徹底改觀民眾將臺中市定位為色情中心之刻板印象。

美國內華達州參議院共和黨領袖羅吉爾於 97 年 3 月率議員團在台宣傳觀光博弈產業，強調博弈產業可帶動觀光發展，十分看好台灣博弈產業後勢。與會的內華達州州立大學教授（新加坡規劃顧問群）Tom Peacock 並說，一般人以為博弈只有賭博，事實上不論是持續拓展中的拉斯維加斯，或是澳門、新加坡新開發案，都是整合性休閒度假園區，內含美食、購物、精品、美容 SPA、高爾夫球場、酒店及國際展場等。民眾來到多元規劃的度假園區，才會消費、購物，甚至博弈，以拉斯維加斯為例，觀光收入中只有 7% 來自賭桌，其他收益來自餐廳、旅館、會議展覽、娛樂觀光等相關產值。Tom Peacock 並強調，特別是會議展覽可提供相當大的產業發展價值，包含設備、管理、與會商務帶來觀光旅遊產值。

臺中市胡志強市長表示，或許有人對賭城觀感不佳，但其實賭城早已不是賭城，已轉型為適合全家大小共同出遊的休閒娛樂場所；以前的澳門賭場煙霧瀰漫的景象，現在也已不復見；娛樂業是個新興產業，能讓現代人在繁忙生活中放鬆、調整，各國都在推廣（中廣新聞網，2008）。市長胡志強說，中央政府一直把博弈產業當作經濟發展的道德賠償，其實和世界趨勢完全不符，任何一個希望變成博弈休閒中心的城市，都必須仔細考慮交通便利、配套設備以及整體吸引力（自由時報，2008）。

副市長蕭家旗也表示，外界常誤解「鎮南」規劃為「博弈專區」，事實上，鎮南專用區以引進餐飲、購物、娛樂業為主，只有「第五種專用區」可引進大型綜合娛樂業，也就是未排除博弈產業，但即使如此，博弈產業

⁵八種行業等：係指「臺中市休閒娛樂服務業設置自治條例」第 2 條所規範之營利事業：一、視聽歌唱業，二、理容業，三、三溫暖業，四、舞場業，五、舞廳業，六、酒家業，七、酒吧業，八、特種咖啡茶室業，九、其他經主管機關公告之行業。

能否進駐，仍須視中央法令規定，如果中央只開放離島，本島還是不可能
有博弈產業（中央社，2008）。由上述可知，開發休閒之博弈專區，已為
目前世界之潮流，在認知上賭城已不為賭城，賭城已進化為一休閒複合專
區，其所提供的不再是博弈遊戲的場所，且不僅將可增加就業機會、並可
引進外資為休閒注入一股新流。該專用區雖規劃引有博弈設施機能之計
畫，不過國內相關法令尚未開放前，該計畫臺中市政府僅預為規劃，待該
專用區開發完成及法令鬆綁，即可搶全國之先，設置博弈設施專區。

鎮南休閒專用區開發是為目前全國最大區域的觀光休閒商業區開發
規畫案，開發完成後將使台中市未來之休閒觀光業繁榮發展及帶來無限的
人潮及商機，而其休閒專用區引進休閒產業類別，是否為將來新休閒需
求？及特殊娛樂服務和博弈設施是否為台中市民所樂意接受，是為重要研
究課題之一。



圖 1-1 計畫範圍示意圖

資料來源：台中市政府（2006A）；本研究整理

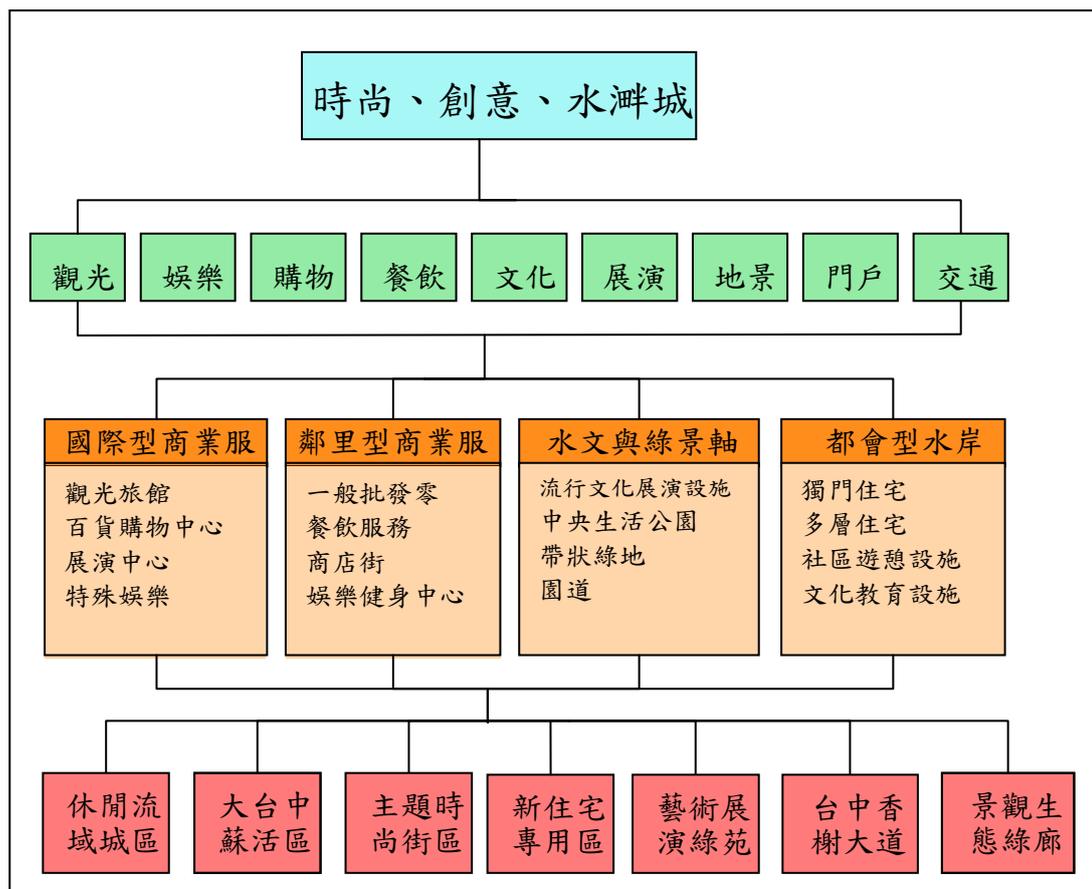


圖 1-2 台中市休閒專用區發展定位示意圖

資料來源：台中市政府（2006B）；本研究整理

表 1-1 台中市休閒專用區預計引進產業項目表

機能類型	項目
零售商業	百貨公司、量販店、超級市場、購物中心等綜合綜合零售業、時尚零售業、日常用品及一般批發零售業
餐飲業	餐館、飲料店、飲酒店及其他餐飲
旅館業	國際觀光旅館、觀光旅館、汽車旅館、一般旅館、商務宿舍
文化設施	流行音樂中心、音樂廳
文化、運動	出版業、廣播電視業、運動服務業、藝文展演場所
娛樂健身服務	戲院、電影院、劇院、韻律房、健身房、KTV、SPA、資訊休閒業、俱樂部、運動場館
特殊娛樂服務	視聽歌唱、特種視唱及視聽中心、特種茶室、特種咖啡廳、酒店、酒家、酒吧、歌廳、按摩院、舞廳、舞場、夜總會、電子遊藝場、豪華理容、營業性浴室、三溫暖、俱樂部、妓女戶
日常服務業	理髮、美容、攝影、洗衣、瘦身美容、租賃、仲介等
衛生福利設施	診所、藥局、醫事技術業
博奕設施	國際觀光旅館附屬設施

資料來源：台中市政府（2006A）；本研究整理

表 1-2 臺中市自民國 90 至 96 年 7 月合法與非法九種行業家數表

種類 行業別	合法							非法						
	90 年	91 年	92 年	93 年	94 年	95 年	96 年 7 月	90 年	91 年	92 年	93 年	94 年	95 年	96 年 7 月
視聽歌唱	111	112	125	138	140	134	131	185	102	92	86	72	61	52
理髮業	9	10	10	10	10	13	13	31	17	17	17	8	4	3
三溫暖	6	6	6	6	6	6	6	7	4	0	0	0	0	0
舞廳	13	14	16	16	16	16	16	12	2	0	0	0	0	0
舞場	7	7	10	10	10	10	9	6	2	1	0	0	0	0
酒家	4	4	5	5	5	3	3	3	1	1	1	0	0	0
酒吧	1	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	0	0	0
特種咖啡茶室	2	2	2	2	1	1	1	23	16	16	16	10	6	6
合計（八種行業）	153	156	175	188	189	184	180	271	146	128	121	90	71	61
電子遊戲場	239	305	310	299	288	229	212	128	0	0	0	0	0	0
總計（九種行業）	392	461	485	487	477	413	392	399	146	128	121	90	71	61

資料來源：劉美美、張雅幸（2007）；本研究整理

參、交通及區位對休閒空間規劃之影響

休閒產業要能順利發展，有三個非常重要因素就是為錢、時間、及便捷的交通系統（周明智，2003；吳春暉 2005），台灣曾歷經了幾次交通革命，從台一線省道、台鐵縱貫線，到高速公路時代，每一次的革命，也帶動了人流與車流的移動，並且驅動了台灣政治、經濟、社會的全盤變革。新交通工具，往往能夠帶來社會經濟的劃時代轉變（吳惠然，2007）。臺灣高鐵於 2005 年底通車後，南北都會空間距離壓縮到一個半小時，屆時台灣西部將成為一個超過 2,200 萬人的大都會，過去個別城市的地理優勢不再，未來取而代之將是產業發展、生活安全、就業條件、文化創意活動等整體城市競爭力評比。交通對於生活圈結構改變之影響，可以發現 1978 年中山高速公路及 1993 第二高速公路陸續通車造就了台灣生活圈之第一次革命，將原本以縣市為生活圈範疇擴展為北、中、南三大都會區。一般認為台灣高速鐵路的通車已加劇西部走廊的都會空間再結構（如圖 1-3 所示），且將北、中、南三大都會區的格局整合成一巨型都會帶，實現一日生活圈的理想境界，造就台灣地區第二次空間革命（劉曜華；王大立，2005）。間接也產生區域及都市之間經濟活動的相對競爭，同時也有助於觀光休閒產業的發展。

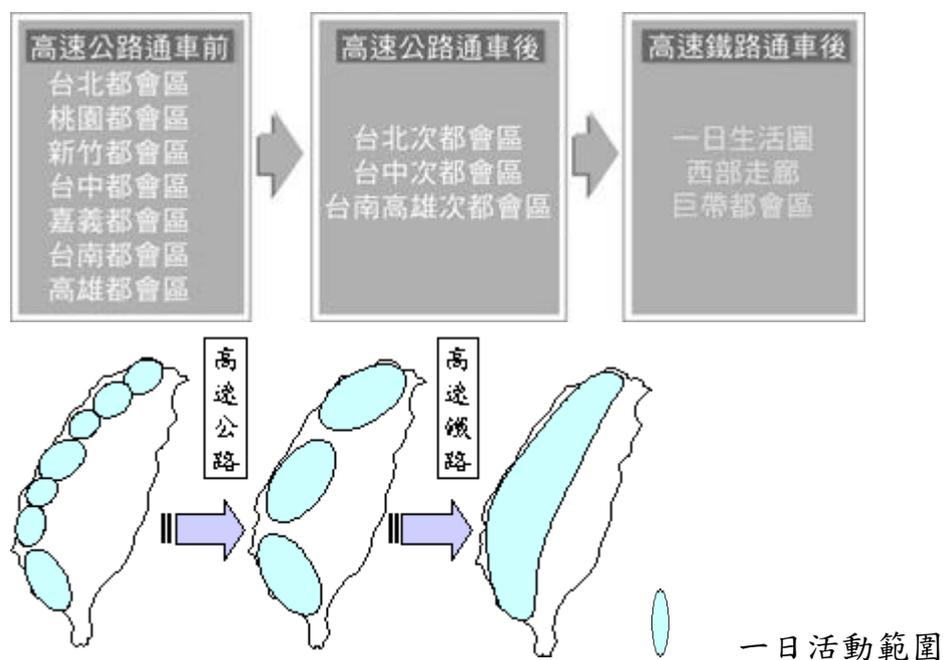


圖 1-3 高速鐵路通車後的台灣西部都會帶再結構示意圖

資料來源：交通部高速鐵路工程局；本研究整理

高速鐵路完工通車後，台灣西部城市間交通走廊建設已趨於完整，在高速鐵路的活動範圍內，產業發展勢將倍數增長與產生擴散效益，並造成空間產業聚集及引發經濟效益。依據法國學者 Francois Perroux(1950)提出成長極理論，認為透過極本身引發成長與擴散效益而帶動區域內其他的經濟產業成長，後來在區域理論上將成長極轉化為相關產業的空間聚集的概念。認為產業聚集，乃指各種產業生產活動在空間分佈上之集中。由此可知，產業生產活動為得到聚集經濟之利益，因而在空間分佈上產生集中發展之現象。施鴻志(1991)認為都市休閒產業的聚集與存在，乃自於相同的外部經濟條件，而且影響範圍將會因為相關休閒娛樂產業的聚集而不斷擴大。Hirschman(1958)的看法是認為經濟的進步不會同時在很多地方出現，而一旦在某個地方產生，就會在空間上聚集附近。換言之，透過成長極的帶動，誘使相關產業部門、地區得以發展起來。相關產業的聚集將間接帶動當地或是整體產業的活絡，不僅在人口，所得都會有相當程度的成長。(陳建勳，2003)

高鐵的通車給台灣帶來新的活力，其快速而準時的時間特性，全台灣一日生活圈形成後，對商務客而言商務地點就近在眼前。而人口往往隨著工作、居住、消費而移動，高鐵也將串聯起這3種人流，隨著「人流」的變化，高鐵也將衍生至少5大經濟效益：(吳惠然，2007)

- 一、縮小交通時間成本、促成新商業機會。
- 二、創造車站周邊的新商圈、新服務業，帶動人潮以及錢潮。
- 三、新住宅區、新商業區的不動產衍生效益。
- 四、新產業專區的引進、帶動地方發展。
- 五、車站更外圍延伸區域，例如原有繁華市區，可吸引高鐵人潮、增加商機。

由上述可知，台灣高鐵已為本專用區注入了重要發展的元素—交通，且可預期的將引入大批休閒的人潮與錢潮，帶動經濟的發展，而台中座落於高鐵最主要的門戶城市，其市民對於該專用區是否會因高鐵交通便利及區休閒空間的聚集，而帶來休閒的商機及需求有相同的認知，本研究將進一步探討驗證。

第二節 研究目的

鑒於經濟環境的變遷，社會經濟發展促使了休閒需求的提高，及休閒產業亦趨於多元化，衍生休閒空間不足的現象及不合時宜的休閒空間場所與法令規定等問題，對於將來的休閒發展趨勢，均須加以探討。尤其是臺中市政府率全國之先規劃設置休閒專用區，其設置規劃之區位及擬引進之休閒產業是否得到市民的認同，更是須進一步的研究探討。

本研究即擬藉由臺中市政府所規劃「鎮南休閒專用區」將擬引進之休閒產業與機能類型個案中，試圖以問卷調查方式，達成下列研究目的：

- 一、受訪者的對休閒專用區擬引進之休閒產業與機能類型的看法。
- 二、受訪者的對於休閒專用區開發之交通便及和休閒空間聚集等因素的休閒影響。
- 三、做為休閒空間規劃及休閒產業經營多元化發展的參考

第三節 研究範圍

壹、研究範圍界定

本研究限於人力、經費及時間等之考量，選擇以台中市行政區為調查範圍。台中市位於臺灣中部之核心地帶，總面積 163.43 平方公里，民國 95 年底現住戶數為 35 萬 3,682 戶，人口數達 104 萬 4,392 人（依 95 年底戶籍登記資料顯示），其中男性為 51 萬 1,644 人，占 48.99%，女性為 53 萬 2,748 人，占 51.01%，人口組成之性別差異不大。行政區分為東區、西區、南區、北區、中區、西屯區、南屯區、北屯區等八個行政區。台中市 95 年平均每戶收入為新台幣 116 萬 1,012 元，在平均每戶消費支出中，以食品費支出為新台幣 17 萬 9,567 元占 15.47% 最高，房租及水費支出新台幣 16 萬 0,968 元佔 13.86% 居次，第三則為娛樂教育和文化服務支出為新台幣 11 萬 0,184 元佔 9.49%（行政院主計處，2008）。可見台中市民消費支出，除維持基本生存必需外，對生活娛樂的需求比重甚大。因此市民對休閒專用區之規劃設置之看法加以探討，將可提供政府或休閒產經營者作為規劃或經營之參考，並期有助於市民生活休閒品質之提昇。

貳、研究對象的界定

本研究係以台中市民為問卷調查對象。在進行調查時，考量個人價值觀念及潛在休閒需求，並為兼顧資料之客觀及普遍性，故以不特定對象方式取樣，期求得性別、年齡、教育程度、收入、休假天數等等之均衡。另為儘量求得資料之客觀性，及區域上之均衡性，有關調查區域的選擇，亦分別在台中市的八個行政區中，進行調查問卷。

第四節 研究內容與流程

壹、研究內容

本研究之內容，將配合研究目的，針對休閒、休閒產業、鎮南休閒專用區之關係與發展等問題，透過國內外相關研究加以回顧與探討外，並就臺中市政府規劃之鎮南休閒專用區為個案探討，瞭解其規劃理念及產業發展特色等，歸納設計問卷。實證研究方面，則以台中市民為例，就台中市民對休閒專用區規劃設置的觀點，探討其休閒需求及對臺中市設置休閒專用區及擬引進之休閒產業的看法與參與休閒之意願等，並將取得之問卷資料加以整理分析及討論，最後提出結論及後續研究方向等相關建議。

貳、研究流程

本研究流程如圖 1-4 所示，全文分五章。第一章緒論：包括問題陳述與分析、研究目的、研究範圍、研究內容與流程；第二章文獻回顧：包括休閒、休閒產業之意義與關係、休閒需求及區位理論、休閒鎮南休閒專用區發展規劃等之探討；第三章研究方法：包括研究架構與假說、問卷設計、資料之蒐集與處理、資料之分析方法等；第四章實證結果與討論：依據回收之問卷進行分析及討論，期能瞭解市民對休閒專用區擬引進之休閒產業與機能類型的看法、休閒需求在交通便及和休閒空間之聚集後是否增加，及對休閒空間規劃及休閒產業經營相關問題的看法等；第五章結論與建議：說明本研究之結果、對政府休閒專用區的規劃或休閒產業經營者及後續研究者提出建議。

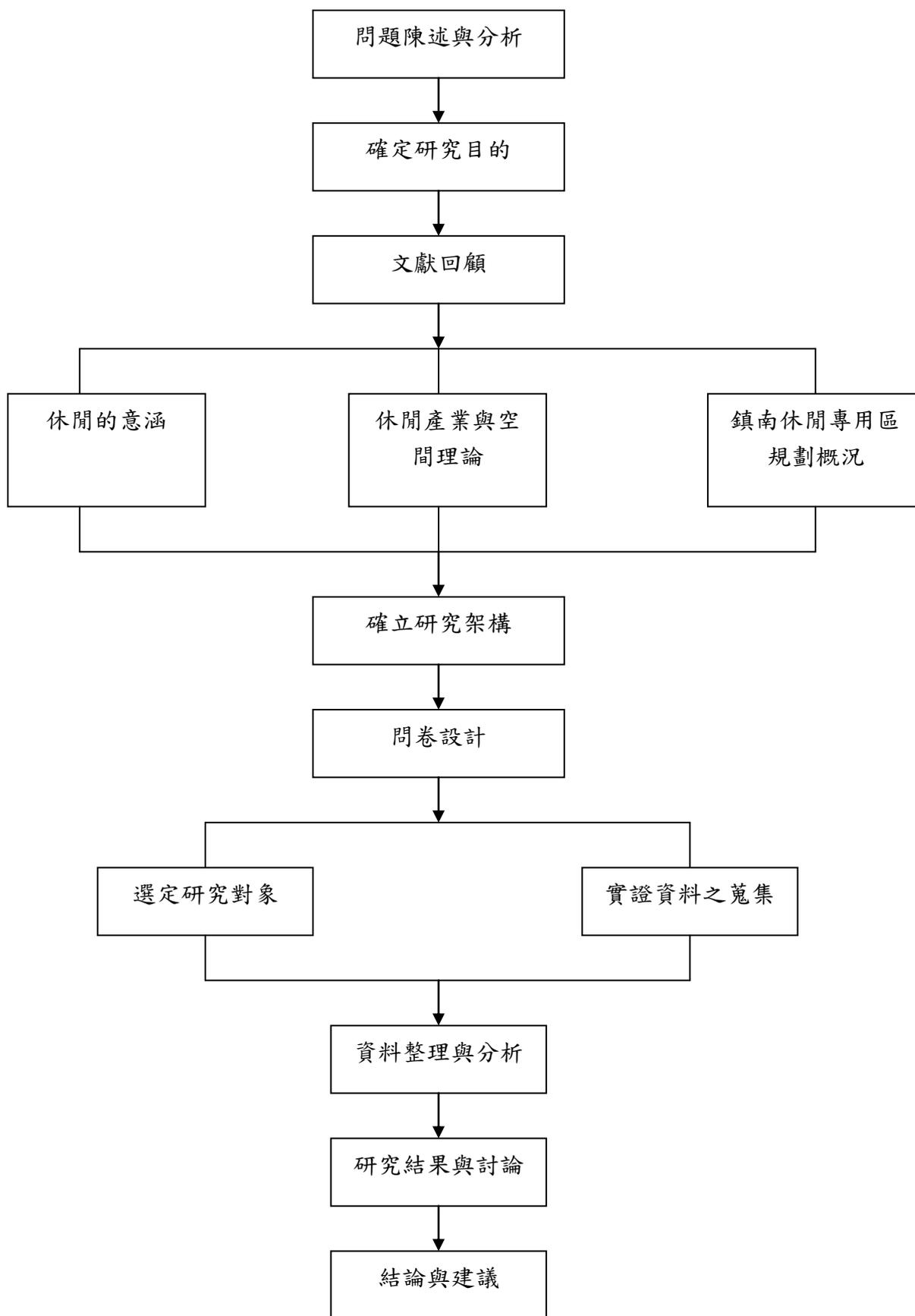


圖 1-4 研究流程圖

第二章 文獻回顧

第一節 休閒的意涵

壹、休閒、遊憩、觀光三者之關聯

對於一般人而言，休閒(Leisure)、遊憩(Recreation)、觀光(Tourism)等都是耳熟能詳的名詞，三者廣義上十分接近得名詞，並沒有明確的界定與區分，主要是因為生活在不同環境的人們，對三者各賦予不同的意義，故很難明確定義，茲將這些定義分述如下：(廖世平，2003)

(一) 休閒定義

葉智魁(1995)認為休閒涵蓋了四種涵義，即「不事生產的時間」、「一個精神上毫無束縛、自由解放的情境」、「自由、空閒、不被占據的時間」、「個人根據其本身意願，所參與之種種具有正向意義的活動」。依此可知，休閒乃是人們利用工作以外的時間，從事自己喜愛且具有正向意義的活動。

(二) 遊憩定義

蔡明哲(1989)提到遊憩(Recreation)的原意是「使恢復精神、再創造」，指的是利用休閒時間所從事的行為模式，其牽涉的不只是行為者個體，還包括能支持行為者產生愉悅經驗的資源與空間。

李明宗(1988)指出，遊憩是任何型態有意義的享受，可能於任何時間、地點發生，只要從事活動者認為該項活動具有遊樂性即可。

綜上所述，遊憩乃是個人在無時間壓力下，自由選擇之活動，以獲得身心的滿足。

(三) 觀光定義

世界觀光組織(World Tourism Organization)將「觀光」定義為一種利用休閒時間所從事之旅行活動。林連聰等(1995)則認為觀光是代表休閒與娛樂，但卻並不包括所有的休閒活動，其可舒解工作壓力、增廣見聞、提昇知識水準與促進人類和平。

根據以上學者所述，我們簡單將觀光定義為一種以空間移動為內涵之休閒娛樂活動，但它不包括所有的休閒活動與娛樂活動。

陳思倫、歐聖榮、林連聰(2001)提出休閒、遊憩及觀光三者之間各有其獨特的一面，但彼此之間亦有重疊性，休閒係指「合法的」、「被允許的」意謂著不同於工作，在約束時間之外的時間。遊憩則意謂「使恢復生產」、「再創造」，即指利用休閒時間所從事的活動，當遊憩活動遠離其日常生活居住地而成為旅行的形式，就時間、空間的

擴大而言，就跨越到觀光的層次，而觀光係指由原點出發再回到起點的巡迴移動，目前泛指為了保健、教育及貿易等目的，所從事遠離居住地的有計劃旅行，因其含有商務貿易的目的，所以有某些部份超越了工作相對的休閒範圍。

休閒、遊憩與觀光三者之屬性雖不盡相同，但實際上並沒有有一定或是明顯的界線存在，李銘輝、郭建興（2004）對有關休閒（Leisure），遊憩（Recreation）、觀光（Tourism）三者之間的關係探討，綜合歸納以圖 2-1 來說明休閒、遊憩及觀光等相關活動之間的關係意涵，並可明顯看出休閒涵蓋了大部份的觀光及遊憩全部，因此為避免觀念之混淆，本研究將休閒、遊憩與觀光視為一體，不做任何的區別，且統一以「休閒」來代表遊憩、觀光等概念或名詞。

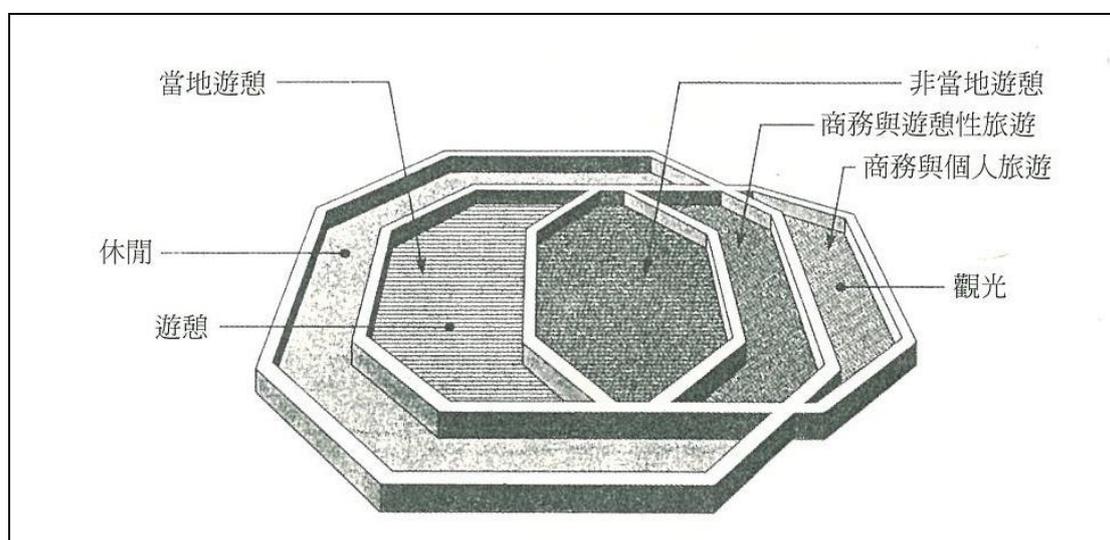


圖 2-1 休閒、遊憩及觀光之間關係示意圖
資料來源：李銘輝、郭建興（2004）；本研究整理

貳、休閒 (Leisure) 的意義

社會科學百科全書對於休閒的定義，指出係源自於希臘字的 chole 和英文字 school、sholar 的語源、字解是相通的，含有「學習活動」之意義。從中國字來看，說文解字對休閒二字的解釋為：休者，息止也，從人依木；閒者，隙也，乃指工作之餘的空閒時間。從字源的觀點來看，可知休閒的主要內涵包括一種自由的時間、一種態度或體驗；也就是說，「休閒」是擺脫勞務責任之後，剩下來可以自由支配的閒暇時間，並利用可自由運用的時間來從事非工作及生活所需以外的活動，而這些活動是具有學習意義或是能獲得某些體驗與感受的。(魏源金，2004)

根據字源學的觀點，可知「休閒」不包含工作時間，而是在空閒時間內從事自由的活動，並獲得精神上的滿足與體驗。休閒的定義尚有諸多不同的看法與定義，Murphy 整合許多學者、專家對休閒的看法，提出六種休閒觀點（王昭正譯，2001；洪瑞霞，2007）：

- (一)自由支配的時間論(discretionary time)：休閒是在完成工作及其他維持生存活動之外的部份時間。
- (二)社會工具論(social instrument)：視休閒是為了達到某種目的或功能。
- (三)社會階層論(social class,race,and occupation)：認為休閒與社會階層有密切關係，即與職業、社會聲望、教育程度等因素有關。
- (四)古典休閒論(classical)：視休閒為一種自由的心理狀態。
- (五)功利論(utilitarian)：休閒本身即目的。
- (六)整體論(holistic)：休閒乃是一個不可分割的整體，其充塞於生活的各個層面中。

張耿介、陳文長（2004）從時間來看「休閒」的定義就是：「指人們去除維持生活所需的時間，所剩餘的時間，稱為空閒時間或閒暇」。從活動來說：「在免除義務、責任所從事的較自由、個人的活動，稱為休閒活動」。就經驗而言：「著重於個體的內心感受的休閒體驗。就行動而言：「強調的是個體的存在感與實際行動」。整體而言，休閒即是在自由的時間內，個體將自己全心投入活動中，並獲得許多感受。但無論是以何種向度來界定休閒皆有其限制存在。

本研究綜上各研究觀點，將休閒界定為「人在自由時間內，自主自願的從事有益身心的活動，並期能從活動中獲得某些效益，如舒緩緊張與壓力、促進個人身心健康及社會健康等。」

參、休閒遊憩需求

一、休閒的需求理論

由於休閒對均衡我們的生活影響甚鉅，許多學者認為它是一種人類的基本需求(陳欣宏，2004；余嬪，1999)，人類對於休閒活動的需求，係來自心理層面產生動機、滿足、慾望的休閒活動體驗，其起源於心理學的研究，主要是從人的生理與心理層面反應出不同的動機慾望。依心理學者馬斯洛 (Abrahm Maslow) 的分析，可分為七個層級 (如圖 2-3)，由下而上依次為：生理需求、安全需求、歸屬和愛的需求、自尊的需求、知識的需求、美的需求、自我實現的需要等。層級上，從人類出生就有的基本生物需求，爬升到較複雜的心理動機，只有在基本的需求獲得滿足後，複雜的心理動機才變得重要起來 (鄭伯璦、張東峰，1985)。

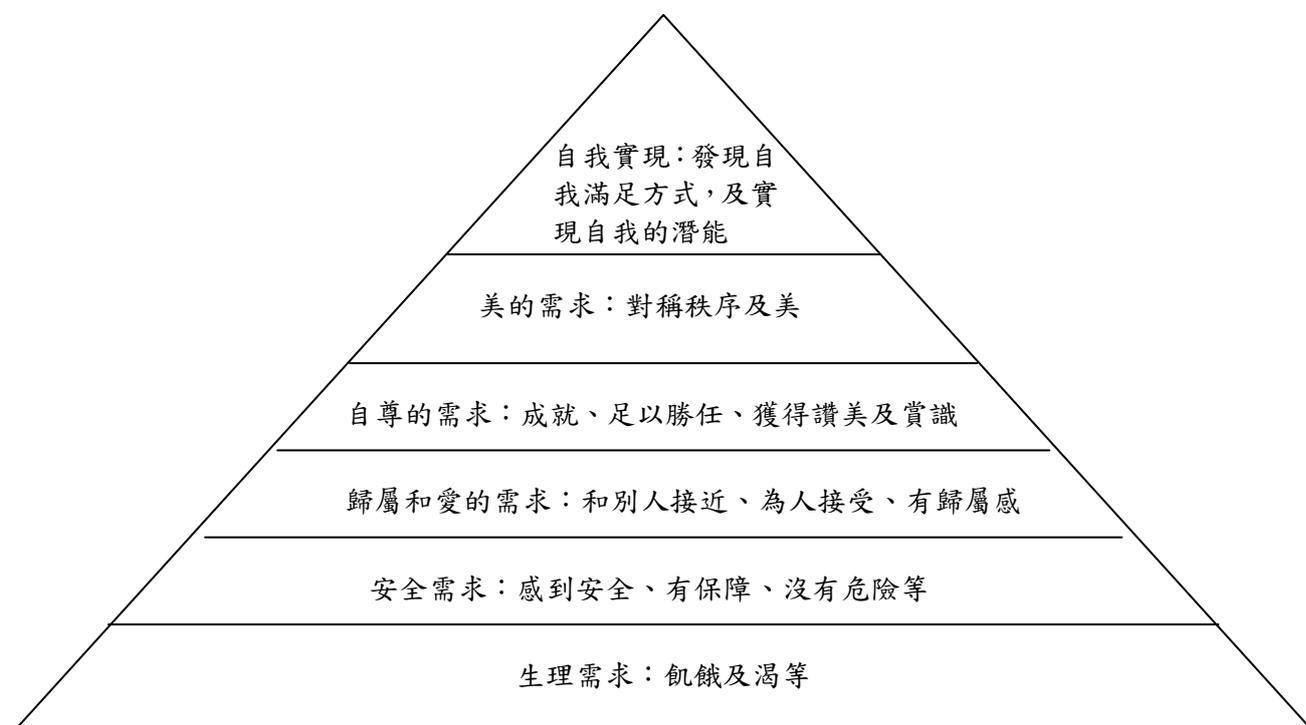


圖 2-2 Maslow 需求層級

資料來源：鄭伯璦、張東峰 (1985)；本研究整理

二、休閒遊憩需求

休閒遊憩係滿足個人心理或生理之基本需求，瞭解個人休閒遊憩需求，將有助於遊憩活動之規劃提供。學者林晏州（1986）認為，一般民眾對於各種遊憩活動之需求，決定於各種遊憩活動對於各種遊憩需要之滿足能力（Satisfying Capabilities）、民眾從事遊憩活動時之動機（遊憩需要之種類與強度）及參與遊憩活動所必須支付之成本（此因素決定於最適合從事該遊憩活動之遊憩區之地點）。其並利用日月潭風景特定區遊客意見訪問調查所得資料，歸納出主要之遊憩需要為：接近大自然、滿足成就感、認識新朋友、增廣見聞、增強個人形象、與增進感情等六種。

歐勝榮等（1998）認為，在本質上，休閒遊憩係以人類「能」，而且「願意」的情況所衍生的一種活動。而休閒遊憩需求概分三類：

1. 實際需求（actual or effect demand）：指目前實際目的地從事遊憩活動，使用當地設施與服務的人次。
2. 展延需求（deferred demand）：指目前有遊憩動機、遊憩需求或遊憩能力，但因缺乏設施或參與之知識，或二者皆缺乏之人次。
3. 潛在需求（potential demand）：指目前雖有遊憩需求，但因社會因素或經濟因素而無法參與者，必須等到社會或經濟狀況改善才能參與的人次。

陳思倫等（1998）引述 Lavery 的看法，認為規劃者應詳細研究遊憩動機、遊憩需求、遊憩能力或遊客之潛在需求，以為規劃之基礎。一般而言，人們在從事休閒遊憩的選擇時，常受到個人、社會、環境等等複雜因素的影響。因此，在經濟水準提高，休閒時間增加的情況下，管理者對於遊客的休閒行為、需求面的調查研究，及針對不同的需求，提供多樣化不同的休閒遊憩機會，將顯得特別重要

李明宗（1988）即認為，遊客的需求不應當作規劃時的唯一指標，也不應無限制設法滿足遊客所有需求，經營者應運用更好更多的遊客教育以替代遊憩體驗，以減少不良需求，提高遊憩品質。

綜觀前述，人類對休閒遊憩之需求，就其想達成休閒之目的及意義而言，生理的需要層次已無法滿足一般的休閒者了。而人類在選擇休閒遊憩時常會受到個人、社會、環境等因素的影響，所以依環境空

間的特性，規劃設計多樣化的休閒空間，是土地管理規劃者與休閒產業經營者所需思考與創造的，本研究將從休閒空間規劃後，與休閒者之休閒需求進行調查及分析。

肆、休閒的歷史變遷與空間的演化

一、休閒的歷史變遷

休閒的歷史變遷有三個不同階段，也代表著人類的重要休閒活動方式，其各階段說明如下：(蔡宏進，2004)

(一) 君主時代皇親國戚的特殊休閒活方式

在君主世襲的時代，休閒可說是皇室與貴族的專利，民間幾乎無較正式休閒生活可言。綜合東西方的皇室及貴族的休閒活動，約可分為下列四種典型的方式說明：

1、宮中的絲竹繪畫及文學遊戲

綜合中國歷代宮室休閒的發展有幾點軌跡可循，(1)文字玩弄程度由少到多；(2)休閒方式的發展受外族或外來文化的影響很大，可能是將對新奇的喜好當成休閒之故；(3)宮廷發展出來的休閒方式逐漸推廣到民間，同時民間創造的休閒也有被宮廷吸收者。

研究西方歷史上宮廷的室內休閒，應以羅馬帝國時代流傳的休閒方式最具典範。其對休閒的重視與運用頗具政治目的，一為犒賞，二為安撫。自古羅馬至中古時代，西方宮廷的重要室內休閒也無非是音樂、舞蹈，再加上賭博、玩牌、喝酒、談話聊天及繪畫藝術的欣賞等。

2、庭院戶外打獵及賞花木山水的休閒

古時西方皇室人員都有戶外打獵的休閒嗜好與習慣。獵場主要位於皇宮的外廓。在中國皇室流行打獵的休閒活動也不少，相傳自黃帝時候起，便以「巡狩」之名察訪各地民情。及至清代，尚在北京外廓建狩獵行宮，分布據點直至熱河，皇族每年避暑打獵，皆以此名行之，狩獵之風，不可謂不盛。歷代宮中都有御花園，園中不僅種有花木，也有人造山水，可供為皇室成員觀賞遊玩的休閒之用。此種建設也可從日本的皇宮、泰國曼谷的皇宮及北部的夏宮等處見之。

3、飲酒作樂

中外君主時代皇室的室內休閒，除了上述具有高尚的絲竹繪畫與文學遊戲之外，尚有極為普遍的飲酒作樂。

4、宮廷舞會

從西洋的電影上可以看到西方豪華式的宮廷舞會。實地到西方國家的皇宮參觀，確也可以看到如電影中舉辦舞會的大廳。此種舞會都是皇室用為外交、慰勞功臣，或舉辦喜事。

(二) 民主時代民眾普及化的休閒

到了民主政治的時代，休閒不再是皇室與貴族的專利，民眾也普遍能享有休閒。從大處著眼，民眾的休閒活動也在兩大方面表現或進行，分別為戶外的郊遊旅行及室內的各種休閒遊戲。

1、戶外的郊遊旅行

民主時代的國民大眾在室外最普遍的休閒活動是郊遊旅行。郊遊是以當日往還的方式進行，旅行則是指到別地遊玩並過夜的情形。當民眾普遍還窮時，旅行的地點主要在較近距離的國內，到了較富有時，就常到遠地的國內外旅遊。

2、室內的休閒活動

民主時代民間的室內休閒活動，在早年較普遍者有下棋、聊天、打牌、賭博等。近來重要的室內休閒則以看電視、泡茶品茗最為流行。自經濟發展以後，不少較花錢的商業性室內休閒設施與活動也如雨後春筍。其中合乎規範者固然有之，違反規範的不法者為數也不少。後者很容易使人墮落與犯行。

(三) 經濟發展後的奢侈休閒

中西社會在經濟發展以後，社會上出現了不少奢侈性的休閒活動，這些休閒活動方式都是商業性的，也都是要付很高費用的，如下述各項：

1、酒店的休閒

此種休閒場所有點由沿襲舊社會的酒家的休閒模式而來。主要的顧客為男性，店中有女人陪酒，以增加消費吸引力。女人也以陪酒得小費當為獲得收入的職業。此類休閒場所也常有色情交易的行為出現。

2、俱樂部的休閒

經濟發展以後，社會上富有階級及中產階級的人紛紛興起參加俱樂部方式的休閒。這種休閒還可再細分成兩小類，一類是由具有同類休閒嗜好者，以會員的方式共同組織的休閒俱樂部，如有爬山俱樂部、歌唱俱樂部、網球俱樂部、晨泳俱樂部等。另一類是由商人先設立俱樂部之名，而後再招募會員者，包括較長期顧客的會員及短期散客的會員，只要是其顧客就是其會員。此類會員或顧客只與俱樂部的組設人或老闆之間有交易的往來，但會員與會員之間，或顧客與顧客之間並無直接的關係。

3、賭場的休閒

賭博不是經濟發展以後才有的休閒方式，但在經濟發展以後似乎較前盛行，且也有企業化的大型賭場的興起。目前某些資本主義的國家准許在國內某特定地區設立合法的賭場者。在美國的拉斯維加斯、雷諾及大西洋城，在摩洛哥，在韓國漢城的華克山莊，在埃及開羅的觀光飯店中，在澳洲墨爾本的某一特定場所及在澳門等地，都設有賭場。其中除了韓國的華克山莊及埃及開羅的觀光飯店的賭場，僅供外國遊客賭錢遊戲者外，其餘其他國家或地方的賭場，也都准許本國人進入。

在世界上幾個可公然開設賭場供人休閒的地方，通常也都附帶有秀場，故可充份供人享受感官上的休閒樂趣。

二、休閒空間的演化

休閒空間會隨著政治、經濟、社會發展過程、人民意識型態及財團、資本的介入等因素影響而演化，空間的變化可能是新興區域的整體開發，也可能是環境閒置或衰退區域的再生利用開發。謝金隆(2004)認為空間變化的過程，是被生產、經驗與權力關係所決定，並提出不同的政權時期由不同的社會力量，及過去的產業活動形塑了方今休閒空間。而一個休憩區由於旅遊事業之介入，從產品週期演化而來的生命週期曾被多次證實(顏家芝，1993)。

謝金隆(2004)引用Butler(1980)將旅遊地區結合產品週期的觀念提出演化經過的六個階段分別為探索、投入、發展、穩定、衰退以及再生等時期，分述如下：

- (一) 探索階段 (Exploration)：這是一個地區開發開始階段，僅有少數個人遊客到達，未有太多的設施仍然保有原來的自然及社會環境。遊客與當地居民間接觸密切。
- (二) 投入階段 (Involvement)：隨著旅遊人數增多，當地居民也開始增加提供遊客所需的服務與設施，而許多遊客則是經旅遊機構的安排而前來此地。有系統的旅遊行為開始出現，地方政府及旅遊單位開始投入改善交通狀況及投入興建旅遊設施。
- (三) 發展階段 (Development)：大量的旅遊人數及媒體宣傳一個成熟而完整的旅遊市場形成，外來的投資遽增迫使原有當地經營者漸被取代。
- (四) 穩定階段 (Consolidation)：遊客成長率趨緩並開始出現下降狀況，而當地經濟完全依賴於旅遊事業，而其遊憩事業的服務範圍並不包含當地居民，所以當地居民漸漸感到生活環境受到干擾產生反感及不滿。旅遊地在這一階段開始界定各分區使用規劃如商業區、娛樂區、住宅區。
- (五) 衰退階段 (Stagnation)：由於遊客承載量已至極限，遊客呈現負成長狀態。雖然有新設施建立，然許多設施開始貶值，原有之經營者經營出現虧損，退出當地市場經營。當地人口成長衰退，當地居民又再進入該旅遊市場，原有之建築物改變使用功能如旅館可能改為療養院、公寓、套房、或是退休住宅等。原有的旅遊地可能完全喪失旅遊功能，不再吸引旅遊者。
- (六) 再生階段 (Rejuvenation)：該地區可能經由對先前未注意到遊憩資源的開發或是興建人工設施，而吸引再一波的遊客人潮。

三、小結

由休閒的歷史演變來看，休閒空間隨著政治、經濟、社會發展、人民意識型態及財團、資本的介入等因素影響而改變，其休閒的活動也趨於多樣且複雜，並不再是皇宮貴族的專利而是普及於一般民眾。

許多休閒的新設施與新事業都由開發者建設而成，開發者建設的休閒事業雖然常是以增進自身的收入與利益為主要目的，但也為社會增添了設施，對促進社會建設也有一份貢獻。但開發者對加速休閒建設的主要貢獻是美化地表景觀及提供就業機會，帶動地方的繁榮，但有時也會有相反的破壞作用值得注意與警惕。

第二節 休閒產業與空間理論

產業結構係由第一級產業、第二級產業及第三級產業所構成，第一級產業概指農林漁牧業，第二級產業為製造業，第三級產業則是指服務業，而休閒產業即是屬於服務業（劉思治，2003）即為第三級產業。

休閒產業之領域相當廣泛，並不單純歸屬於一、二、三級產業中之特定某一級產業，幾乎各個既成產業皆可由不同面向切入休閒行為的領域，王昭正(2000)；吳春暉(2005)認為休閒產業本身即為一種複合體的概念，不但涵蓋範圍廣泛且牽涉層面複雜。所以本節將先探討休閒產業之定義與特性等相關理論。

壹、休閒產業的定義

休閒產業係為提供個人休閒活動所需之一切服務，包括休閒物品之製造提供販售、休閒環境之塑造、休閒事業之經營、法令之制定等，所串連而成的產業鏈。

國內專家與研究學者對休閒產業之相關定義有下列各種：

- 一、吳松齡(2003)將休閒產業之定義為「個人休閒活動提供者、規劃者、經營者、管理者與參與休閒活動者，共同構成整個休閒產業，一般而言，提供休閒活動的組織、機構與企業稱之為休閒產業。」
- 二、王昭正(2000)、蕭立夫(2003)亦對休閒產業定義為「舉凡提供人們從事休閒時所需相關產品或服務之企業，皆稱為休閒產業。」
- 三、周明智(2003)提出商業遊憩產業之定義為「各種以利潤導向或是以賺錢為目的之遊憩產業，都屬於商業遊憩產業的範疇。」
- 四、魏源金(2004)將休閒產業定義為「整合自然與人文資源，並結合休閒、觀光、管理、行銷、財務、法律、資訊、建築、園藝等多元性專業，提供直接與間接的商品或服務的產業。」
- 五、吳春暉(2005)將其定義為：「舉凡人們參與各項休閒活動時，由提供者、管理者和參與活動的消費者，共同構成整個休閒相關產業，並符合消費者從事活動時所需的相關產品或服務均稱為休閒產業」。

綜合以上各專家學者的看法，本研究歸納整理將其定義為從事休閒行為時，提供所需之商家及商品生產體系與勞務服務、休閒活動場所之提供者、管理者等稱之。

貳、休閒產業的分類與特性

一、休閒產業的分類

國內休閒類型絕大部分都以消費者角度去考量，故可以瞭解休閒方式有靜態性、動態性活動，且休閒產業為多元化事業，其涵蓋範疇包括日常生活中的食、衣、住、行、育、樂均含在其中，簡單可分為自然資源、人文資源及相關休閒遊憩事業活動（黃思明、吳琮璠、沈華榮、方文昌、賴杉桂等，1998）。針對以上的敘述，對於休閒產業的所有活動加以說明，將有助於瞭解休閒產業之性質或特性並加以區分，故不少國內外學者或政府單位針對休閒產業之類型有以下各種：

首先參酌行政院主計處對現行休閒產業相關行業之分類標準，可分成如下幾種行業（王昭正，2000）：

（一）運輸業

指從事水、陸、空客運運輸及相關服務之行業，包括陸上運輸業、水上運輸業及航空運輸業等。

（二）旅行業

指旅行社、導遊領隊、票務代理及旅遊規劃等。

（三）旅館餐飲業

旅館業係指觀光旅館和一般旅館；餐飲業係指專門經營西式餐食之供應服務，且領有營利事業執照之餐廳、食堂等行業。

（四）觀光遊憩設施業

景觀業、建築業、文化教育部門、觀光農藝、觀光林場、景觀工程、遊憩區開發和遊樂園等相關產業。

（五）其他服務業

旅遊餐飲製造業、旅行專用品製造業等。

依據吳松齡（2003）將休閒產業概分為觀光產業、生態旅遊產業、地方特色產業、休閒購物產業、遊戲產業、主題遊樂園產業、休閒度假產業、飲食產業、會議產業、休閒運動產業、知識創意產業、宗教信仰產業、文化藝術產業等 13 種不同之休閒產業型態。

在我國對於工商服務業的標準分類共分為有，礦業及土石採取業、製造業、水電燃氣業、營造業、批發零售及餐飲業、運輸倉儲及通信業、金融保險及不動產業、工商服務業、社會及個人服務業等九類（行政院主計處，2002）。魏源金（2004）將休閒產業的各個行業加以分類，並以工商服務業的分類標準為參考依據，將休閒產業之行業分類，其中包括餐飲業、零售業、旅行業、交通運輸服務業、媒體廣告業、出版業、電影事業、廣播電視業、藝文業、娛樂業、旅館業以及其他個人服務業等類，其定義分類如下表 2-1 所示。

表 2-1 休閒產業之行業分類表

標準分類	休閒產業之行業類別	分類內容、標準與定義
批發、零售及餐飲業	餐飲業	凡從事中西各式餐點、飲料供應之餐廳、餐館、食堂、小吃店、茶室、咖啡室、冰果店、飲食攤等行業。
	零售業	凡從事以零售商品為主要業務之公司行號，如百貨公司、零售店、攤販、加油站、消費合作社等行業。
運輸、倉儲及通信業	旅行業	凡受託從事海、陸、空客運業務之代理、旅行票證代售、行李託運、旅行手續代辦、旅遊食宿安排、觀光導遊、及其他旅行相關服務之行業。
	(陸上、水上、航空)交通運輸業	凡從事水、陸、空客貨運輸等之行業。
	運輸服務業	凡從事旅行服務、報關、船務代理、陸上、水上、航空貨運承攬、運輸輔助與設施經營等有關旅運服務之行業。
工商服務業	媒體廣告業	凡從事各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模塑、製作及其裝置等行業均屬之」。獨立經營分送廣告、招攬廣告之行業。
社會及個人服務業	出版業	凡從事新聞、雜誌(含期刊)、書籍、唱片、雷射唱月、錄音帶等編輯、出版及發行之行業均屬之。
	電影事業	凡從事電影片製作、發行、電影片映演及電影工業等之行業均屬之。
	廣播電視業	凡從事無線電或有線電廣播、電視經營及其節目製作、供應之行業均屬之。
	藝文業	凡從事戲劇、舞蹈、技藝表演、音樂演奏、文學及藝術等業均屬之。
	娛樂業	凡從事運動場、綜合遊樂園、視聽及視唱中心以及其他娛樂場所等經營之行業均屬之。
	旅館業	凡經營公眾歇宿之旅館、客棧、及其他寄宿而非特定型式契約之場所等行業均屬之。旅館附屬之餐飲部門亦歸入本類，在同一場所而獨立經營者應歸入(餐飲業)中類下之適當細類。
	其他個人服務業(美容、瘦身美容等)	凡獨立經營之美容院及個人造型設計之行業均屬之。未涉及醫療程序、瘦身美容行業亦歸入本細類。

資料來源：行政院主計處(2002)；魏源金(2004)；本研究整理

另依據臺中市政府（2006B）擬定臺中市都市計畫（休閒專用區）細部計畫書中，將該計畫範圍劃定五種使用分區：

- （一）第一種休閒專用區
- （二）第二種休閒專用區
- （三）第三種休閒專用區
- （四）第四種休閒專用區
- （五）第五種休閒專用區

又該計畫區內列有 22 組之使用組別，規範不同的建築及產業或商業進駐，其容許使用項目詳如下表 2-2 所示：

表 2-2 休閒專用區容許使用一覽表

組別	分區別	第一種 休閒專用區	第二種 休閒專用區	第三種 休閒專用區	第四種 休閒專用區	第五種 休閒專用區
(第一組) 獨門獨院住宅		0				
(第二組) 集合住宅		A	A	B		
(第三組) 商務住宅			0			
(第四組) 教育設施		0	0			
(第五組) 社區遊憩設施		0	0			
(第六組) 衛生及福利設施		0	0	0		
(第七組) 行政機關		0	0	0	0	0
(第八組) 文化設施與社教設施				0	0	0
(第九組) 宗教、職業及類似組織		0	0	0	0	0
(第十組) 零售業		C	C	0		0
(第十一組) 餐飲業		D	D	0	0	0
(第十二組) 影片服務、聲音錄製及音樂出版業		0	0	0		
(第十三組) 金融及保險業			0			
(第十四組) 專業、科學及技術服務業			0			
(第十五組) 運輸服務業				0		0
(第十六組) 短期住宿服務業				0	0	0
(第十七組) 創作及藝術表演業		0	0	0	0	0
(第十八組) 批發業		C		0		0
(第十九組) 運動服務業		0	0	0		
(第二十組) 娛樂及休閒服務業				C	C	0
(第二十一組) 博奕業		E	E	E	E	0
(第二十二組) 其他服務業		0	0	0	E	E

註一 第二十一組博奕業須在相關法令政策允許下，始得為之。

註二 A：地面層第二層以下限作商業使用。
 B：地面層第三層以下限作商業使用。
 C：不容許該組第一項特殊娛樂業及第二項遊戲場業使用。
 D：使用面積應小於 500 平方公尺。
 E：僅容許該組第一項公益彩券銷售使用。
 0：允許設立。

資料來源：臺中市政府（2006B）；本研究整理

綜上許多專家學者對於休閒產業研究雖提出有多種分類的方式，可知休閒產業不單單只是休閒產業，而是幾乎包括所有食衣住行育樂等之行業皆屬之，本研究係以鎮南休閒專用區為研究主題，故將採以該計畫區內之各種專用區之使用組別為休閒產業之分類為研究調查對象。

二、休閒產業的特性

張宮熊和林鈺琴（2002）；廖世平（2002）表示服務係指一個組織提供另一群體的任何活動或利益，本質上是無形的且無法產生事物的所有權，而休閒產業本身為服務業的一種，因此也有服務業本身所擁有的特性，其所稱休閒產業的特性如下：

（一）源於服務業的一般特性

1. 無形性：

休閒產業提供的服務，大部分是無形的，消費者在享用的過程中，或許摸不到、看不到，在購買服務後，亦未能擁有任何實體。

2. 服務品質的異質性：

服務是由人執行的活動，在提供過程中因人為因素影響，不同的服務人員為顧客提供的服務有其差異，而無法使服務品質維持一致，即使同一個服務人員所提供的服務亦有可能因不同的時間、地點、顧客等不同情境而異，故服務的異質性，導致服務難以品管。

3. 生產與消費同時：

休閒事業的服務商品是先銷售然後再生產或消費，而且生產與消費是同時進行的，消費者對生產過程涉入的情形，使得服務人員與消費者之間互動頻繁，因此對服務品質有很大影響。

4. 易逝性：

服務的商品無法預先生產、儲存，故無法因應需求上的變動，且其商品因具有時效性，未即時銷售即需作廢，故如何平衡服務的供給與需求是很困難的，如同渡假旅館或渡假村的房客未在夜晚前出租，即無法提供服務賺取房租；而旺季的時後，一定數量的房客又往往不敷使用，而無法預先儲存因應，這皆是休閒產業商品的易逝性。

（二）產業特性

1. 資本密集與勞力密集：

投資興建的硬體建築、設備等需要相當龐大的資金，就投資報酬而言屬長期投資的低回收產業，而休閒產業係由人執行服務之活動，故所需之人力多，引申的人力資源費用較高及人力資源管理的重要。

2. 市場受外在環境影響大：

休閒產業的發產有賴於政治環境的安定，經濟的發達，社會治安狀況，交通便利及經濟景氣的好壞等，故市場受外在環境影響很大。例如，921 地震對於台灣的休閒旅遊產業造成重大的衝擊，尤其是中部地區；911 恐怖攻擊事件對美國，甚至於對全球的旅遊業造成無法抹滅的負面影響。

3. 季節性的需求：

休閒遊憩活動具有明顯的淡旺季之分，而制度或社會的習俗節日也會影響其需求。

4. 供給具有僵固性：

休閒空間的供給無法隨時的變動，因其休閒設施與資源短期間都是固定不變的。

5. 產品無法儲存及服務的易逝性：

產品無法預先生產或儲存（如可供出租客房數），且具有時效性，超過時間未售出即失去經營效益，且服務須即時提供，顧客無法久候，故事前的行銷規劃與促銷極其重要，以求銷售量的最大化。

6. 營運的連續性：

休閒產業中的渡假旅館與渡假村的營運是一天 24 小時，主題遊樂園、休閒俱樂部與購物中心每天營運時間長且全年無休，所以人力的運用、品質的維持、作業的管理，皆須有一定規範，以維持正常之營運運轉。

周明智(2003)亦對休閒產業提出幾項特性：

(一)不可觸知性(Intangibility)

因無法事先接觸產品，所以休閒產業主要在銷售回憶(memory)，故選擇服務前是無法嘗試或接觸到產品所提供的服務。例如：民宿的服務、主題樂園中遊憩體驗。

(二)異質性(Heterogeneity)

休閒產業受個人差異與人性因素影響，且服務品質較其他產業更無法預估與控制，因此要如何掌握產品品質之穩定性與一致性，這是休閒產業成功是否的關鍵。例如：導遊人員對遊憩活動的解說內容。

(三)易腐性(Perishability)

休閒產業銷售的空間與服務均無法儲存，尤其淡旺季需求特別明顯差異，故休閒產業之業者要如何將此種損失降至最低，此對休閒產業是一大課題。例如：泛舟水上活動、台東金針花季、屏東風鈴季、賞楓之旅等時令活動。

(四)不可分離性(Inseparability)

休閒產業之經營特性為強調生產與消費同時發生，故生產者與消費者對服務品質有不同的解讀，因此會互相影響而不能分離。例如：參觀動植物之生態旅遊、享受餐廳服務。

(五) 容易被複製或模仿(Ease of Duplicating Service)

休閒產業對產品服務與空間設計，大都很難取得專利，加上休閒產業幾乎是一窩蜂的跟進，故很少業者願意開創新的觀念。

吳松齡(2003)針對休閒產業具有以下服務業的一般特性：

- (一) 無形性
- (二) 沒有庫存性
- (三) 差異化品質特性
- (四) 企業品牌形象之重要性
- (五) 生產與消費可以同步進行性
- (六) 商品生命週期短暫性
- (七) 商品缺乏調度性

其另又對休閒產業之獨有特性有以下不同的看法，如表 2-3。

表 2-3 休閒產業之獨有特性

1. 淡旺季明顯	7. 商品無法儲存與急需調整
2. 資本回收期長	8. 商品提供之即時需要性
3. 需要相當重視人力資源發展	9. 經營管理需要標準化作業程序
4. 易受週邊政經與社會情勢之影響	10. 商品功能需要多元性
5. 需求彈性大	11. 設點位置之立地選擇異於一般產業
6. 供給彈性小	12. 商品之運輸無彈性

資料來源：吳松齡(2003)，本研究整理

參、我國休閒產業的發展與趨勢

休閒產業係為提供個人休閒活動所需之一切服務，形成一服務產業鏈。鑑於國人的休閒觀念也逐年在改變，市場需求亦隨之擴大，休閒產業隨著經濟發展及社會環境的變遷，業界爭相投入休閒產業的開發與經營，造就了我國在休閒產業的發展。

國內有研究專家學者針對我國休閒產業的發展與趨勢有以下的分述，劉思治（2003）將我國休閒產業發展時期計分為四期，其分期敘述如下及表 2-4：

（一）導入期（1970-1980）

此時期的台灣正處於工業轉型時期，公司或工廠及一般民眾對國內旅遊逐漸重視，走馬看花式的旅遊興起，政府對旅遊相關的限制亦漸趨開放，此時期之重大政策包括：台灣旅行社開放民營、休閒委員會成立、國際休閒旅館納入獎勵投資範圍，風景特定區、林務局森林遊樂區及國家公園等相繼成立。

（二）成長期（1981-1990）

由於經濟持續發展，國民生活水準提高，隨著政府開放國民出國旅遊及赴大陸探親後，旅遊市場由國內擴展到國外。加上股票及房地產蓬勃發展，致使出國人數再創新高，國人休閒觀念的發展日益建立。

（三）成熟期（1991-1996）

國內休閒水準提高，休閒產業愈趨競爭，市場也推出高品質的休閒旅遊活動。本時期也是休閒俱樂部發展的全盛時期，許多開發商結合不動產業者以發行會員卡方式吸收俱樂部會員，由於管理法規不盡完善，因此交易糾紛迭起。

（四）轉型再生期（1997 迄今）

由於民眾對於休閒活動之需求提升，政府於民國 86 年（1997）開始實施隔周休二日，並逐步至民國九十一年推動周休二日之政策，使得國人之工作時數減少，休閒時間增加，休閒事業至此蓬勃發展，全民休閒時代正式來臨。

表 2-4 台灣休閒事業發展史

年代與期別	市場狀況	休閒特點
1970-1980 (導入期)	<ol style="list-style-type: none"> 1974 年交通部解除旅行業執照禁令。 公司或工廠為慰勞員工所舉辦的國內旅遊為主。 行政院通過開放觀光護照,自 1979 年元月起准許國人出國休閒觀光。 	<ol style="list-style-type: none"> 國內旅遊為主要市場。 以公司行號及工廠為主要的消費客群。 旅遊屬走馬看花型態,毫無品質可言。
1981-1990 (成長期)	<ol style="list-style-type: none"> 1984 年我國首座國家公園成立。 1987 年解除戒嚴令,並開放國人赴大陸探親。 股票市場興盛,旅遊市場由國內擴展到國外。 	<ol style="list-style-type: none"> 休閒事業水準不一,經常發生糾紛。 旅遊地點由國內逐漸轉向國外。 許多旅行社成立。
1991-1996 (成熟期)	<ol style="list-style-type: none"> 1995 年開放對美國等十二個國家實施落地簽證。 休閒水準提高,休閒產業愈趨競爭,市場推出高品質的休閒旅遊活動。 	<ol style="list-style-type: none"> 消費者漸漸重視權益,休閒業界成立品質保證協會。 休閒俱樂部邁向全盛時期,交易糾紛迭起。
1997 迄今 (轉型再生期)	<ol style="list-style-type: none"> 1997 年開始實施隔周休二日制度。 休閒產業蓬勃發展,財團投入大型休閒事業開發。 2003 年推出國民旅遊卡,鼓勵公務人員休假消費。 	<ol style="list-style-type: none"> 以高品質的定點旅遊為主。 休閒農場及民宿的經營漸成風氣。 資訊發達,自助旅行興起,擺脫團隊旅遊束縛。

資料來源：(劉思治, 2003)；本研究整理

魏源金 (2004) 認為休閒產業的特性與發展趨勢有下列四點：

- (一) 休閒產業是一個變化劇烈、敏感、極度競爭的產業。
- (二) 自然資源、人文資源、科技資訊以及相關商品與服務是發展休閒產業不可或缺的要素。
- (三) 發展休閒產業的目的不只是為了觀光、休閒及旅遊，還要能帶動地區經濟發展。
- (四) 發展休閒產業的地區，必須同時發展整體相關產業。

譚兆平 (1999) 引述 John & Lynn 所指出休閒產業不管如何發展必定具有以下幾項特性：

- (一) 只能賺取消費性支出

這裡所說的消費性支出是指每個人在支付生活必需的花費與

購買必需品以外所能支付的費用，於是這就是問題所在，許多人對休閒支出會視個人經濟條件而有所調整，當收入有限時，比起支出食物及房屋等必要性，休閒支出總是先被取消。

(二)可替代性

對於非必要性的產品或服務，問題之一就是很容易被取代。休閒活動有很高的替代性，很容易在被取代後仍能滿足顧客的需要與欲望(Stankey, 1977)，顧客可能隨時因應現實狀況以更新、更安全、更好、更便宜甚至不必付費的休閒活動或服務取代既有活動。當然也有些人對某些活動相當執著不易取代，但相對而言，若是生活必需品則不易被取代。

(三)消費者不確定性

休閒產業涵蓋類別廣闊，因此該產業內原有的顧客群就非單一族群，加上其商品與產業類別又不斷的創新與再造更擴大了顧客群，將使得原不確定的消費族群更加複雜化。

(四)季節性

許多休閒產業有季節性，尤其是對於仰賴大自然與天候等資源的某些休閒產業而言。例如：海邊渡假區、滑雪勝地、泛舟、水上樂園等；相對的，亦造成這些販賣運動用品、玩具、紀念品的企業也會受波及。而露營地、夏(冬)令營隊等活動則受學校行事曆的影響，當學校有課期間，不但家庭無法旅行，且許多地方也無法雇用到季節性員工。但是某些事業體雖不受氣候影響，但也有淡、旺季之分。例如：戲院，在聖誕節及暑假時生意最旺，健康俱樂部通常在冬天生意較好，因為一般人無法到戶外活動。

(五)循環特性與產品生命週期不可預測性

所有休閒產業無是否有季節性，但是一定都有循環性，只是其循環性的長短有其差別。有些休閒產業類別週期性的起伏相當穩定，有些則不太穩定無法預測，問題就非同小可；至於休閒產業的循環特性往往與天候或大眾的興趣有關。例如，下雨、冰雹、颱風與其它自然現象往往因為周期性影響了許多休閒產業的業績，另外則是大眾的興趣也是難以預測，像一些遊憩產品。例如：魔術方塊，相對地似乎壽命很短；而飛盤和滑板風行數年而不墜，其他的如運動服款式亦有短期和長期的循環，所以任何休閒產業若太依賴某一特定產品或服務可能在商品快速衰退時將蒙受重大損失。

(六)間歇性

不管在任何時候，休閒產業都會有可能出現時斷時續的人潮，有時是每個月的某一天、一周的某一天或一天的某一時段。受薪階級在發薪日比較會向於多花費一些休閒商品，周末可能是一周內人潮最多的時候，長假期、春假、國定假日也是休閒產業的好時

機；很多休閒產業在同一天中就有其營業的高峰期與低潮期。例如：迴力球和運動俱樂部經常在早晨、午餐和主要時間下午五點至十點，這個時段生意特別好。間歇性的特性在經營管理上是一大困難，大部分的設施仍需從早開到晚，即使某些時段沒有人潮，固定的守候人力也是必要的，經常尖峰時間人力不足，離峰時間人力卻過剩。有些公司乾脆只有在峰時間才開門做生意，但這可能給競爭者可趁之機。

(七) 零和市場性

零和市場的理論是指在一常態經濟下，某一公司市場佔有率的增加與另一公司佔有率的減少是相等的。因為有零和市場競爭的現實與殘酷，促使休閒事業為保持既有市場就必須努力保住舊顧客並吸引新客戶，且必須致力於服務，提供差異化、有價值及優異的服務。但是，如果經濟情況是持續成長的，零和理論就較無關連，而人口的成長、收入的增加、稅負及其它費用的降低也會有利於休閒產業的消費，這表示休閒遊憩產業的發展與整個經濟穩定性與發展性是休戚與共的。

商業行為亦屬於休閒產業重要的一環，其服務對象為消費的大眾，其中最為大眾方便及投入參與休閒的消費即為商圈，通常消費者選擇消費決策均存有區域形象的觀念，因此，休閒產業中之商圈必須具有良好的形象及愉悅的消費環境，才能創造出產業競爭力。

臺中市政府（2006A）對於其商圈的發展特性分析如下：（台中市各商圈特性統計如表 2-5）

- (一) 位於主要交通要道附近
- (二) 多為混合型之商店街形式
- (三) 以服務地區居民或就學學生為主
- (四) 具有大型商場之商圈，位於主要幹道旁，其服務半徑較一般商圈大

由於，全球性的經濟導向也始休閒走向商業化，大多的休閒產業都在追求高利潤，而休閒者也僅在休閒消費中獲得心理上的滿足，隨著休閒需求不斷的增加，其產業將不斷的發展且樣式更加多元化，可預見的休閒娛樂用地的需求將日與俱增，公部門需投入更多的基礎建設及公共休閒設施，並訂定適宜的政策與管理法規，且教育人民正確的休閒知識與理念，使人民享受更高品質的休閒生活，是以，各級政府對於休閒發展的責任更趨重要。

表 2-5 臺中市商圈特性一覽表

商圈名稱	交通幹道	大型商場	商店街形式	學校周邊	地方政治中心	政府重大建設	觀光節點
三民商圈	√	√	√	√			
中港全國商圈	√	√					
中科商圈	√		√				
大坑商圈	√		√				√
天津路商圈			√				
美術園道			√				
東海商圈			√	√			
站前商圈	√	√	√				
新市政中心	√	√			√	√	
精明大墩商圈			√				
逢甲商圈			√	√			
水湳機場地區	√					√	
高鐵臺中車站	√					√	

資料來源：

肆、休閒產業之組成

休閒產業係涵括休閒活動之提供者、規劃者、經營者、管理者與參與休閒活動者，其產業之組成有魏源金(2004)依程序中不同的提供形式分為三個層次：「休閒空間的營造」、「休閒活動的安排」、「休閒設施的配置」，彼此之間不同的搭配構組成一個完整的休閒行為。茲將細部分類說明如下，並以下圖表示之(圖 2-3)：

一、休閒空間

即提供休閒的空間場所，屬於提供實質活動環境的休閒產業，依各休閒空間對於土地開發利用的強度以及活動特性則可進一步細分為：

(一) 加值型農業基地 (Value Added Agriculture)

利用現有農林漁牧用地之特質與資源創造休閒娛樂活 休遊憩的活動內容均與此有關連，例如休閒農園、(有機)農場、林場、觀光果(茶)園、花卉苗圃等等，畜漁產類的牧場、漁港等亦屬於此類，且部分此類的基地除加入休閒的活動之外，原有的農林漁牧生產仍然繼續維持。休閒農業主要的經營型態又可區分為觀光農園、都市農園及休閒農場三種類型，茲簡述如下：

1、觀光農園

面積規模小，絕大多數係利用農家種植果園開放民 體驗摘採農委會與各縣市政府過去均有輔導農家朝此方向經營。

2、都市農園

利用市區或都市近郊農地，規劃成許多整齊的小丘(一個農園致1~2公頃)，屬於小規模專門體驗耕種租給一般都市居民，讓其親自栽種花草蔬果，享受農事之趣。

3、休閒農場

規模屬於較大面積(從3~5至數百公頃皆有，以50公頃最為常見)，兼具自然保育與田園遊憩功能，目前多由農委會及縣市政府持續推動。

(二) 消極型休閒基地 (Passive Recreation)

較加值型農業基地利用強度更高，且與土地原本的利用型態較弱，人工設施的投入比例較高，但仍有某種程度的運用原基地件作為休閒體驗的元素，例如風景遊樂區、森林遊樂區、跑馬場等等。

(三) 娛樂休閒基地 (Leisure Recreation)

土地利用強度更高，且投入更多的人工規劃，營造整體的休閒環境，與基地原本的使用型態特性的關連性更弱，例如渡假旅館、渡假村、主題樂園等。娛樂休閒基地可概分為休閒渡假基地與遊樂園二類，茲分述如下：

1、休閒渡假基地

為短期定點的旅遊據點，除包含住宿與餐飲功能外提供渡假者娛樂設施，具備休閒娛樂上的吸引力與普遍性者，例如：

- (1) 渡假旅館：是以提供前往風景區遊玩之遊客住宿服務為主要目的，因此一般多依附在自然景觀資源與現有風景區之周邊，另外附加提供部分娛樂服務設施，因此遊客前往的目的仍以滿足住宿需求為主，仍然會在旅館以外的景點休憩遊玩，例如，知本老爺飯店以及墾丁凱撒飯店等。
- (2) 渡假村：透過各種設施（住宿、遊樂、會議、餐飲等），共同塑造出一個渡假空間，在渡假村內即可滿足各種休閒體驗，不似渡假旅館需依附於周邊自然景觀遊憩資源。

2、主題樂園

以人工刻意營造某種特殊氣氛的遊樂場所，可同時綜合各式各樣的主題而成為主題樂園；包含機械式與非機械式、動態與靜態之各類樂園。而在類型上，則又可細分為機械式、花園造景、文化呈現等不同型態。相較於休閒渡假基地以住宿為必備主要設施，主題樂園則是以遊戲活動設施、包裝主題或展示內容等來吸引遊客。

(四) 商業開發基地 (Commerce Development)

土地利用程度最高且幾乎與原有環境無關，在休閒活動特性較薄弱，與商業設施的分野較為模糊，反而更接近娛樂與消費購物，例如高爾夫球場、電影院、保齡球館、購物中心、健身休閒中心、網咖與電動玩具店、KTV 等人工創造空間。

二、休閒活動安排

休閒活動安排即串聯不同休閒空間與活動行程的產品，產品劃分可依據參與者性質、遊憩主題、地點、天數等有不同的分類，例如知性之旅、生態之旅、古蹟之旅、朝聖之旅…；或是校外教學、家庭親子旅遊、公司旅遊、國內旅遊、國外旅遊等不勝枚舉。

三、休閒設施

在前述「休閒空間」內，依據各產品的特性而有配套服務設施，包括具象與抽象的型態，例如購物設施、餐飲設施、健身養生設施、解說導覽、電影多媒體視覺設施等等，此等設施在休閒產業中亦有可能成為休閒空間的主體，有時是休閒空間的構成元素。

依本研究發現，台中市鎮南休閒專用區之開發計畫，因土地利用強度更高，且投入更多的人工規劃，營造整體的休閒環境，與基地原本的使用型態特性的關連性不高，且土地利用程度最高且幾乎與原有環境無關，在休閒活動特性較薄弱，與商業設施的分野較為模糊，反而更接近娛樂與消費購物，其休閒空間應較類屬娛樂休閒基地與商業開發基地，也為將來休閒產業進駐的主要產業類別。

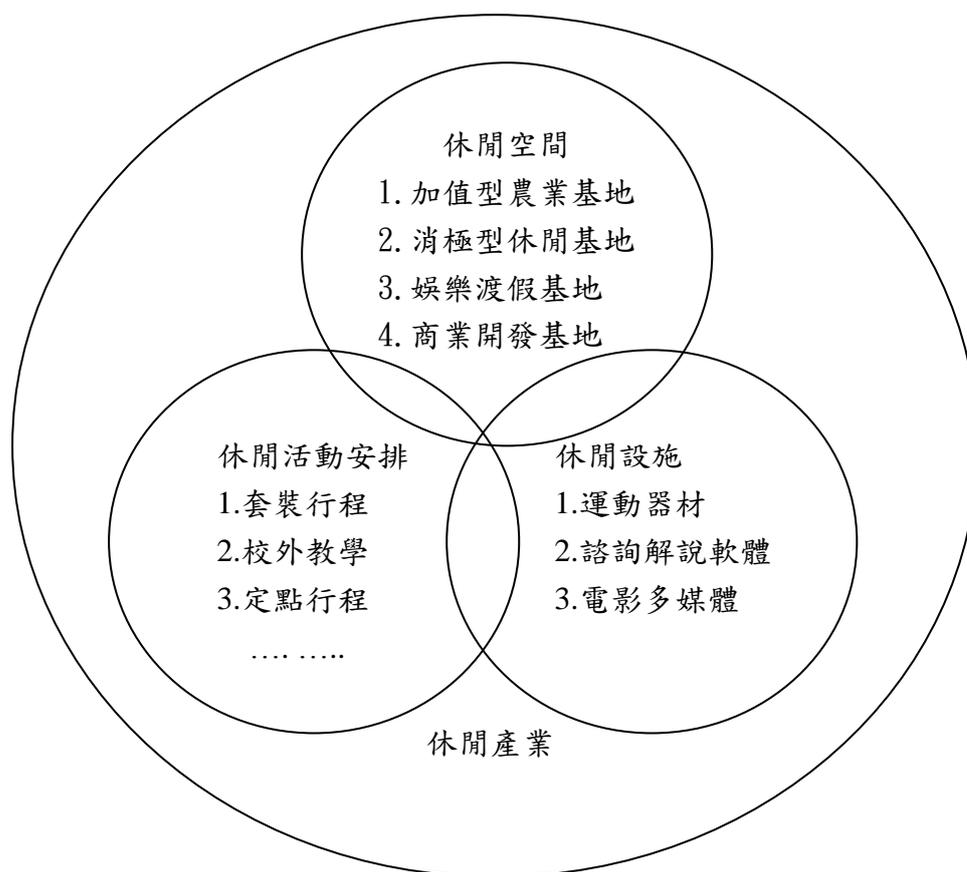


圖 2-3 休閒產業之組成概念圖

資料來源：魏源金(2004)；本研究整理繪製

伍、休閒空間等相關理論

一、休閒空間的種類

休閒空間的規劃，不只是政府施政的要項，在都市化過程中，往往由於各種機構的興起與分化，使得「家」的許多功能(如吃飯)、看錄影帶等，得以在都市的不同機構中發揮展現(鮑敦珮，2002)。

以休閒空間的象度來看，周海娟(1990)將休閒空間本身所具有的特性分為四個：

- (一)商業性的：係指以商業型態存在的，與都市化過程有關，各種取代性機構的出現，使手段與目的區分開來，例如：到茶館不是為喝茶，而是為了享受氣氛。也就是透過商品包裝的方式，在立論法則下引導人們的休閒方式：常見的卡拉 OK、MTV、茶藝館、K 書中心、健身(三溫暖)中心、KTV、HTV、PUB、休閒咖啡廳、休閒餐廳等均可稱為商業性的休閒空間。
- (二)自然資源性的：主要係對自然資源的空間規劃與利用。森林遊樂區的開放、海水浴場、風景特定區和國家公園的設立均屬之。
- (三)文化教育性的：主要係指圖書館、博物館、美術館、運動場、古蹟、科學館、天文台、動物園、民俗文物館等方面而言。
- (四)公園綠地性的：係指由政府規劃的公園、都市計劃的綠地而言。

而台灣地區國民休閒生活調查報告中，將國人期望之休閒設施分為十四項探討，項目分為社區公園、運動場所、游泳池、活動中心、圖書館、藝術館、科學館、博物館、室外遊樂場、風景區、海上釣魚場、動物園、植物園、其他等(行政院主計處，1992)。

以休閒活動場所為區分對象，許義雄先生(1978)亦提出下列三種分列法：

- (一)室內的休閒活動場所：即屬於在建築物理休閒場所皆是，其範圍包括家庭、公私立體育館或私人營業的娛樂場所皆是。這方面的活動大都屬於交誼式的。
- (二)室外的休閒活動場所：這類是屬於一般市區內或社區裡各空地的活動場所，如公園、私人庭院、學校、甚至於大馬路，都可以視為室外的休閒場所。
- (三)野外的休閒活動場所：由於交通的發達，觀光旅遊區的開發，使的人們經常利用假日到野外去回歸大自然的懷抱。這類的活動場所大致包括國家公園、風景區等野外的自然環境。

孔令嘉（1996）亦提出三十九項自家外的休閒場所，後利用主題分析法將三十九項休閒場所項目再區分為五個項目，以便利統計分析之進行。

- (一)運動類場所：包括游泳池、羽毛球館、保齡球館、滑草場、高爾夫球場、體育館、溜冰場、網球場及跑馬場等九項。
- (二)娛樂類場所：包括電影院、美容或健身中心、茶坊或咖啡屋、MTV 或 KTV 場所、歌廳或舞廳、三溫暖場所、百貨公司、DISCO & PUB 場所、逛夜市場所、休閒餐廳等十項。
- (三)休憩類場所：包括遊樂區、國家公園、登山步道、風景區、觀光果園或休閒農場、森林遊樂區、休閒渡假中心、海水浴場、都市廣場公園、兒童遊戲場等共十項。
- (四)知識類場所：包括植物園、動物園、圖書館、科博館、補習班、社區活動中心等六項。
- (五)藝文類場所：包括美術館、音樂廳、畫廊或藝術中心、劇場等四項。

從以上各個專家學者研究所提出的休閒空間設施的需求與分類，可以看出已包含大部份的休閒空間與設施，並且已足夠供公部門或有意投資進駐休閒產業之私部門規劃參考使用。

本研究之對象鎮南休閒專用區在休閒規劃上，將以「時尚、休閒、水滸城」為未來發展定位，以國際觀光、都會休閒作為開發基調，促使整體都市空間結構融入創意之元素與機制，且與區塊間呈動態的平衡發展，未來將發展成高鐵臺中車站區域新核心，與臺中火車站、新市政中心及水滴經貿園區形成各自不同之市場機能與活動特質的複合多核心模式。進而形塑臺中市都市門戶意象，建立臺中市於中臺區塊未來發展主軸中的核心角色，因此，該計畫區未來將結合國際休閒娛樂產業，都會生態綠地及時尚商務風格的專用區。其重要空間規劃分區如下：（台中市政府，2006A）

- (一)時尚商街專用區
- (二)商務服務專用區
- (三)複合式商業專用區
- (四)休閒餐飲專用區
- (五)綜合娛樂專用區
- (六)流行音樂中心
- (七)臺中香榭大道
- (八)生態綠地

二、休閒空間區位

陳桓敦（2002）認為區位因素將影響休閒活動的選擇或參與。侯錦雄（1985）；白書菁（2006）也認為遊客對於空間的喜好將影響其對休閒遊憩設施的選擇。區位理論即是在探討某種土地利用的適當配置，取得人類

活動及產業的最佳立足點，及土地利用應選擇某一位置並加以利用，可以得到最大利益，並瞭解其土地區位在經濟活動在空間上的影響效果。土地的區位對於一個新的土地開發區域，不管在土地開發的財務面或將來的發展性上皆有有決定性的影響。

就休閒空間而言，其區位所能服務的範圍及交通的便捷性，更為休閒空間區位選擇的重要因素。一般來說，分析觀光遊憩區的服務範圍有等距圈與等時圈兩種方式⁶，而通常規劃均以等時圈的概念來規劃，因為它考慮了路徑，交通條件等人為因素，是一個重要的規劃參數。另鄰近地區的重大建設和擬規劃之休閒空間亦息息相關，甚至影響規劃區的成敗與否，如捷運、快速道路等交通系統，不止增加了可及性，也加強了民眾到此一遊的意願，而未來將發展的重大交通建設則關係著規劃區未來的發展。

陳建勳（2003）引用法國學者 Francois Perroux(1950)提出成長極理論，認為透過極本身引發成長與擴散效益而帶動區域內其他的經濟產業成長，後來在區域理論上將成長極轉化為相關產業的空間聚集的概念。認為產業聚集，乃指各種產業生產活動在空間分佈上之集中。由此可知，產業生產活動為得到聚集經濟之利益，因而在空間分佈上產生集中發展之現象。及 Hirschman(1958)的看法是認為經濟的進步不會同時在很多地方出現，而一旦在某個地方產生，就會在空間上聚集附近。換言之，透過成長極的帶動，誘使相關產業部門、地區得以發展起來。相關產業的聚集將間接帶動當地或是整體產業的活絡，不僅在人口，所得都會有相當程度的成長。陳建勳（2003）更指出休閒產業的發展必定受到都市發展與商業區位的影響，也認為都市休閒產業的聚集與存在，乃自於相同的外部經濟條件，而且影響範圍將會因為相關休閒娛樂產業的聚集而不斷擴大。

本文研究之鎮南休閒專用區，即是擬藉高速鐵路臺中站及周遭完整的交通路網之交通便利區位，規劃出整體的休閒專用空間，並期使帶動整體休閒產業的活絡發展與聚集，提供多樣化的休閒樣式並產生聚集吸引，增加休閒娛樂的樂趣與意願。而休閒空間之聚集及在最適等時圈之服務空間等影響休閒的問題，本文將進一步透過問卷調查瞭解。

⁶等距圈為一個以擬規劃之觀光遊憩區為中心所畫出來的圓，圓上的任一點到規劃區的距離相等，而等時圈則是由到達規劃區所需時間相同的各點所連接出來的區域。李銘輝、郭建興（2000）。觀光遊憩資源規劃。台北：揚智文化事業公司

第三節 休閒專用區規劃概況

壹、專用區發展現況

一、計畫區位及範圍

該計畫區位於台中市西南，行政轄區屬台中市南屯區；東距台中市中心區約 10 公里，距中山高速公路南屯交流道約 2 公里，與高速鐵路烏日站相距約 1 公里，北距中部科學園區約 8 公里。與台中市主要都市發展區隔著中山高速公路、80 公尺寬中彰快速公路及高速鐵路，且處烏溪與筏子溪合流處之東側，地形呈北高南低傾斜，屬台中市之邊陲地區。其南距高速鐵路烏日站特定區基地約僅 1 公里。本計畫區位置參見圖 2-4 所示。

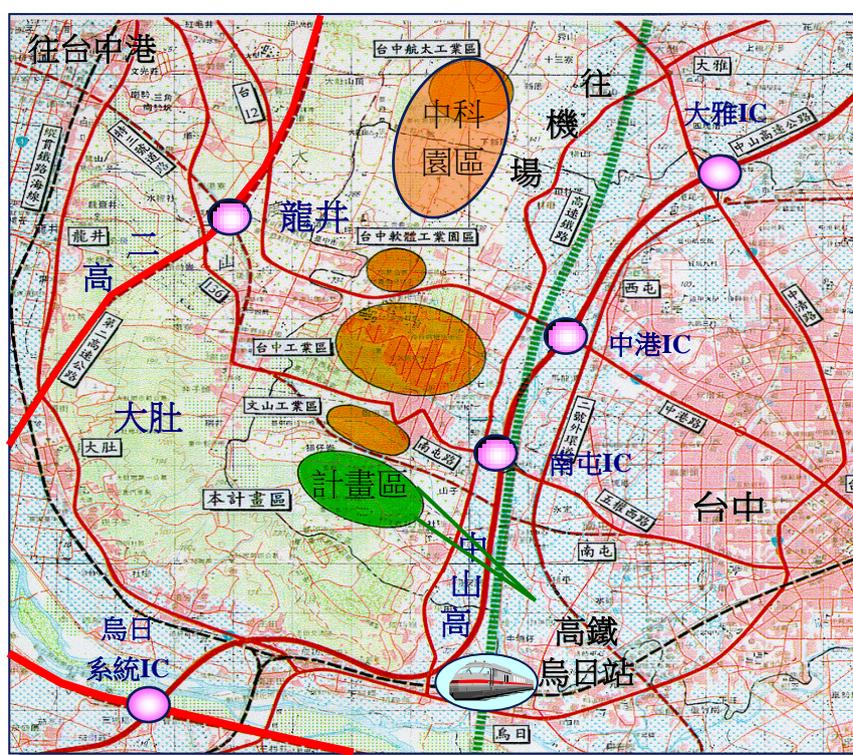


圖 2-4 計畫區位置示意圖

資料來源：臺中市政府（2005）；本研究整理

該計畫區範圍北臨本市 80 公尺外環道、西至東西向快速公路、南抵烏日鄉界、東至鎮平國小(臨本市都市計畫(楓樹里附近地區)細部計畫西界)及永春東三路，為南屯區埔興段、鎮南段、鎮安段內土地，面積共約 149 公頃)。計畫範圍參見圖 2-5 所示。



圖 2-5 都市計畫範圍示意圖(主要計畫)
資料來源：臺中市政府 (2005)；本研究整理

二、都市計畫及土地使用現況

該計畫全區都市計畫為農業區，故現況多為農作使用與部份農舍且農路及灌排系統散佈其間，區內除較具規模之聚落外，已開發部分尚有工業使用、加油站、公墓及寺廟、道路等；而聚落內除居住使用外，部分為工業使用，零星工廠甚多。

三、擬開發方式與法令依據

(一) 開發方式

依行政院 79 年 8 月 10 日台內字第 23088 號函示，凡都市計畫擴大、新訂或農業區、保護區變更為建築用地時，一律採區段徵收方式辦理開發。基此，該計畫區應採區段徵收方式辦理。

(二) 法令依據

依據土地徵收條例第 4 條規定下列各款情形之一者，得為區段徵收：

- 一、新設都市地區之全部或一部，實施開發建設者；
- 二、舊都市地區為公共安全、衛生、交通之需要或促進土地之合理使用實施更新者；
- 三、都市土地之農業區、保護區變更為建築用地或工業區變更為住宅區、商業區者；
- 四、非都市土地實施開發建設者；
- 五、農村社區為加強公共設施、改善公共衛生之需要或配合農業發展之規劃實施更新者；
- 六、其他依法得為區段徵收者。

該計畫範圍部分原屬都市土地之農業區，因此符合土地徵收條例第 4 條第一項第一款及第三款之情形，得經中央主管機關核定進行區段徵收。

四、土地地權與地價分析

(一) 土地權屬

本計畫區座落臺中市南屯區鎮安段、鎮南段及埔興段等三地段，現況主要為農作使用。依據市府地政局所提供之資料顯示，區內公有土地約 20.44 公頃，僅佔土地登記面積 13.79%，其餘土地皆屬私有。如表 2-7 土地權屬一覽表所述及詳參圖 2-6 土地權屬分布示意圖。

表 2-7 土地權屬一覽表

類別		筆數	面積 (ha)	比例 (%)
公有土地	國有土地	225	15.70	10.59
	市有土地	11	4.74	3.20
	小計	236	20.44	13.79
私有土地		1,005	127.82	86.21
合計		1,241	148.26	100.00

資料來源：臺中市政府（2005）；本研究整理

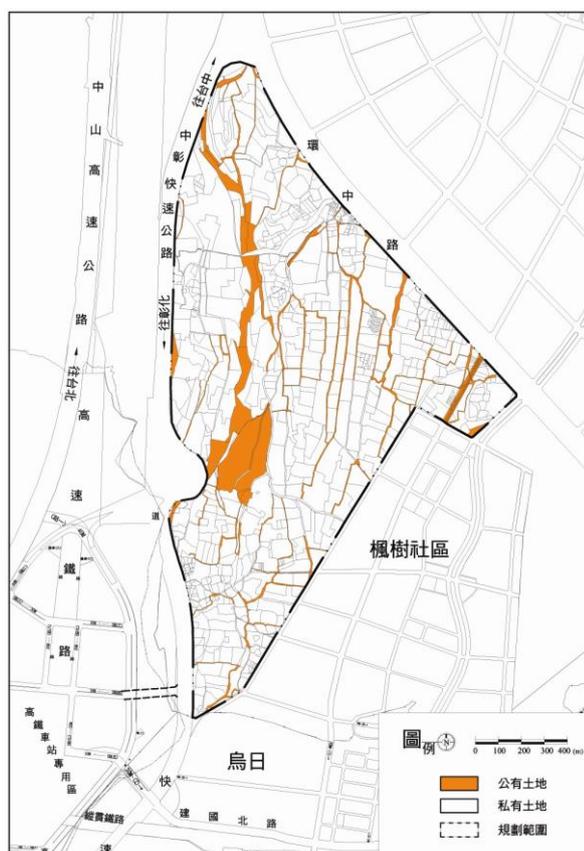


圖 2-6 土地權屬分布示意圖

資料來源：臺中市政府（2006A）；本研究整理

貳、專用區規劃構想

一、規劃原則

該案鄰近高鐵臺中車站，且座落屬於臺中縣市、彰化縣等 3 縣市核心區域，立地條件優良，高鐵臺中車站的設置使「一日生活圈」的時空服務機能的形成，也造就了地域空間重組的發展機會，使該計畫區獲得發展的契機。

隨著臺中市都市發展擴張的同時，該計畫區在中臺區塊成長脈絡中所扮演的角色也有所改變，原為城市邊緣地帶逐漸轉化都會區塊發展的重要核心；未來除了承接臺中市與高鐵發展動能，加強區塊發展與相互間聯繫，促進周邊地區合理的發展，亦可帶動大臺中都會區的發展，以提升都市競爭力。

該計畫區結合高鐵的「時空壓縮」效應之服務機能，擬引導新興商業型態進駐，以新興休閒產業導入為土地配置基礎，形塑觀光娛樂的休閒風貌，營造都市新核心。依據該計畫區發展條件及未來潛伏的新契機，在功能定位下，根據地區環境特色與空間機能提出空間規劃構想架構如下：(台中市政府，2006A)

(一)與計畫區周邊區塊共榮共生，營造臺中市西南側區域核心

該案將著重於高鐵臺中車站區域核心地帶的發展，運用區塊共生理念，創造中臺區塊新核心功能價值；在計畫區內 60 米園道以西之區塊，主要導入國際及區域機能綜合娛樂活動，規劃具創意休閒型態的都市空間，結合大肚山科技走廊的產業經濟動能及年輕人口的無限創造能力，營造獨特具競爭力的休閒消費環境；另外，園道以東區塊，因應都市重心之西移，則配合整體開發區等尚未開發地區及周邊既有社區，以及西側之新興商業區，發展休閒生活服務機能完善且具高品質休閒的複合式商業專區。

(二)重塑計畫區水與綠共存意象，打造創意都會生態環境

該案以水綠共存概念為出發點，規劃具景觀功能藍綠帶，打造親水河畔，創造優質消費環境與休閒服務空間。以鎮平溪支線及 60 米綠園道為水綠共存之發展主軸，而其中劃設大型開放空間及綠地系統與綠園道相互串聯，建構完整休閒生態綠網；另再以鎮平溪支線為主的農用灌排水道進行整治工程，打造連續性且視野開闊的生態水景，進而促使計畫區形成水綠共存獨特的休閒生態環境。

(三)負面空間的轉化

18 號公墓所造成的鄰避性負面空間植入都市藍綠帶，將其直接蛻變為正空間，並結合流行音樂中心設立，以此作為該計畫區主要軸心之一，引入人潮活動。

(四) 視覺景觀的塑造與縫合

利用土地使用強度管制，形塑計畫區內天際線之變化，豐富周邊地區（高鐵臺中車站地區、整體開發地區、楓樹里社區等）對該計畫區之景觀視覺效果，並藉以縫合本計畫區與周邊地區之天際線，避免不協調的天際線產生。

二、發展分區規劃

該計畫區未來將結合國際休閒娛樂產業、都會生態綠地及時尚商務風格的專用區。其都市設計構想及重要空間規劃特性敘述如下：（台中市政府，2006A）

- (一) 時尚商街專用區：開發內容以休閒購物為導向，發展休閒藝文環境、消費購物活動為主，並匯集流行時尚及引進國際品牌產業機能樹立形象
- (二) 商務服務專用區：為了滿足臺中市未來發展有大量商務空間的需求，創造出休閒與商務並重的特性，且結合極限運動設施，提供多樣性的運動休閒項目，形塑一個機動與年輕的休閒商務專用區。並導入經貿、金融、商務、會議、商務旅館及展示會館等商務共生產業機能為主，以多樣性的經貿服務設施，服務中臺區塊廠商經貿需求，提升國際競爭力，期能達到以休閒商務為核心的商業城區。
- (三) 複合式商業專用區：開發內容以多面向便利性消費為導向，匯集國際零售／量販品牌，以發展大型休閒消費為主，如主題會展、精品百貨、購物中心及主題旗艦店等，再配合該計畫區優越的區位條件及開發規模管制措施，結合極限及流行運動設施，提供多樣性的運動休閒項目（如健康俱樂部、戶外練習球場等），形塑一個機動與年輕的複合性商業園區，以建立休閒專用區在消費型態上的多樣性。
- (四) 休閒餐飲專用區：配合多樣性的環境區位，創造一個優質的綠色休閒餐飲環境，加上餐飲商業特性的需求，衍生多元化、獨具特色風格的商業行為。因此，在未來發展機能上提供了餐飲、遊憩、一般商業附屬功能及本計畫區開發所衍生的各項休閒服務等功能，如多元化餐廳、汽車旅館、特色攤販小吃、流行遊憩、生態遊憩及相關餐飲服務設施等。
- (五) 綜合娛樂專用區：開發內容主要以綜合性娛樂的休閒產業，結合生態河畔的商業娛樂環境，導入國際觀光與區域型商業娛樂服務，如娛樂服務（包括歌廳、舞廳舞場、夜總會、酒家酒吧、三溫暖、按摩院、特種咖啡、視聽歌唱、俱樂部）及博奕事業（需得相關法令政策容許開發）等，期塑造出休閒娛樂商業的氣息，以共享休閒娛樂專區的方向為最終目標。
- (六) 流行音樂中心：利用基地的地景潛力，排除噪音的干擾，將建築物、活動場地與公園綠地環境結合，創造兼具創意與和諧感的音

樂展演空間。在規劃空間機能需求上，考慮活動的多樣性與使用上的調整彈性，容納舉辦大型的演唱會外，亦兼顧地區型的中小型演出及開放空間常態性的舉辦露天音樂會、樂團比賽及青少年運動賽事等；而在視覺空間的辨識感上，則強調融合國際觀與休閒產業風格的包容感，以成為高鐵臺中車站進入該計畫區的入口意象南北向視覺焦點。

- (七)臺中香榭大道：期望能藉此強化其門戶意象及休閒專區之特性，在沿街面的設計及產業形態上，藉由分區功能不同而導入性質差異的服務型產業，創造街道多樣化之商業街道形式，同時利用休閒結合商業的理念，銜接彼此間的產業形態與機能，且提升作為該計畫區之中介空間價值，打造休閒都會的建築空間層次感，以建立更為清晰且透明的城市門戶意象。
- (八)生態綠地：於未來都市對於大型生態綠地都有迫切的需求，且該計畫區力求以生態休閒環境帶動商業消費行為的基質，且以永續發展為空間經營之概念，尊重基地環境之原有生態生態與紋理，以人與自然環境共存為目標，達到生態休閒生活的意境。因此，該區利用生態綠地及河川水岸軟化都市環境、復育水濱生態，打造都市綠意氛圍，增加空間趣味性，以降低資源破壞並增加空間內容之豐富性，建立都會休閒生態體驗環境。

表 2-8 空間規劃面積比例一覽表

空間規劃區別	面積	所估全區比例
時尚商街專用區	9.09 公頃	6.12%
商務服務專用區	8.46 公頃	5.69%
複合式商業專用區	26.50 公頃	17.83%
休閒餐飲專用區	17.24 公頃	11.62%
綜合娛樂專用區	25.41 頃	17.10%
流行音樂中心	1.42 公頃	0.96%
臺中香榭大道	10.01 公頃	6.74%
生態綠地	14.88 公頃	10.02%

參、土地使用分區

一、土地使用分區

該案之土地使用分區說明如下：(台中市政府，2006)

(一)第一種休閒專用區(詳見下頁圖 2-7)

第一種休閒專用區(以下簡稱休專一)以發展時尚商街為目標，以小型休閒購物為導向，發展休閒藝文環境、消費購物活動為主，配合東側楓樹里社區之現況發展，主要劃設於中和北二巷西側與黎明路一段兩側地區，面積計 9.09 公頃，估計畫總面積之 6.12%。

(二)第二種休閒專用區

第二種休閒專用區(以下簡稱休專二)以發展商務服務機能為主，提供商務旅館、經貿、金融、商務、會議及展示會館等商務共生產業機能為主，面積計 8.46 公頃，估計畫總面積之 5.69%。

(三)第三種休閒專用區

第三種休閒專用區(以下簡稱休專三)以開發複合式之商業空間為主，其開發內容以便利性消費為導向，發展國際零售/量販品牌的大型休閒消費商業型態與大型餐館為主，面積計 26.5 公頃，估計畫總面積之 17.83%。

(四)第四種休閒專用區

第四種休閒專用區(以下簡稱休專四)以形塑都會休閒餐飲為主題，主要提供餐飲、親水遊憩、商業附屬功能及休閒服務設施等機能，面積計 17.24 公頃，估計畫總面積之 11.62%。

(五)第五種休閒專用區

第五種休閒專用區(以下簡稱休專五)以創造大型綜合娛樂設施之投資機會為首要，提供國際觀光與區域性商業娛樂等服務為主，面積計 25.41 公頃，估計畫總面積之 17.1%。

(六)河川區兼作園道使用

位於計畫區南側，除作為河川區使用外，亦作為 60 米園道之使用，面積約 0.01 公頃，估計畫總面積之 0.01%。

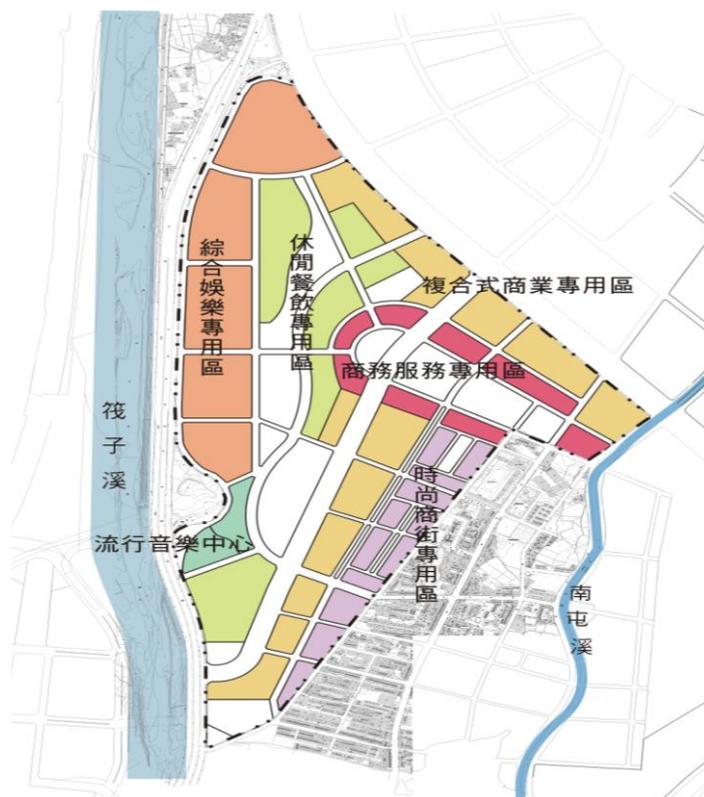


圖 2-7 發展分區示意圖

資料來源：臺中市政府（2006A）；本研究整理

二、土地使用管制

依據該計畫區之空間特質與區域特性，及未來發展的規劃概念，擬具使用管制建議各分區使用強度等，進一步作有效的管制及規範整體空間紋理，以塑造整體都市意象。其主要使用組別及容許使用項目如下：

(一) 引入組別

在引入組別部分，除了擬引入之產業活動外，配合土地使用計畫，引入相關之使用組別，茲說明如下：

表 2-9 容許使用項目一覽表

組別	項目	容許使用項目
第一組	獨門獨院住宅	獨戶住宅、雙併住宅、連棟住宅
第二組	集合住宅	低層集合住宅、高層集合住宅
第三組	商務住宅	
第四組	教育設施	托兒所、幼稚園、安親班、文小、文中、文高、其他類似場所
第五組	社區遊憩設施	戶內遊憩設施、公園、兒童遊戲場、戶外籃球場、網球場、棒球場、游泳池、溜冰場及其他運動場、綠地、廣場
第六組	衛生及福利設施	診所、助產室，但不包括傳染病及精神病院、衛生所(站)。少年安置輔導之福利及教養機構、老人福利機構、身心障礙福利服務機構等社會救助機構、其他社會福利服務設施
第七組	行政機關	各級行政機關、各級民意機關、國際組織及外國機構。國防事務
第八組	文化設施及社教設施	圖書館、社會教育館、藝術館、紀念性建築物、博物館、科學館、歷史文物館、陳列館、水族館、植物園、音樂廳、體育場所、集會場所、文康活動中心、文化中心、流行音樂中心
第九組	宗教、職業及類似組織	宗教組織、職業團體、其他組織
第十組	零售業	綜合商品零售業、布疋及服飾品零售業、家庭器具及用品零售業、藥品及化妝品零售業、文教、育樂用品零售業、資訊及通訊設備零售業
第十一組	餐飲業	餐館業、飲料店業、其他餐飲業
第十二組	影片服務、聲音錄製及音樂出版業	影片服務業、聲音錄製及音樂出版業
第十三組	金融及保險業	存款機構、金融控股業、信託、基金及其他金融工具、保險業、其他金融中介業、證券期貨及其他金融業
第十四組	專業、科學及技術服務業	法律及會計服務業、管理顧問業、建築、工程服務及相關技術顧問業、研究發展服務業、廣告及市場研究業、專門設計服務業、其他專業、科學及技術服務業
第十五組	運輸服務業	大眾捷運系統運輸業、汽車客運業、陸上運輸輔助業、郵政業、快遞服務業
第十六組	短期住宿服務業	一般旅館、旅社、觀光旅館、國際觀光旅館
第十七組	創作及藝術表演業	創作業、藝術表演業
第十八組	批發業	綜合商品批發業、布疋及服飾品批發業、家庭器具及用品批發業、藥品及化妝品批發業、文教、育樂用品批發業
第十九組	運動服務業	運動場館業、運動及娛樂用品租賃業、運動及休閒教育服務業、其他運動服務業
第二十組	娛樂及休閒服務業	特殊娛樂業、遊戲場業、遊樂園及主題樂園、視聽及視唱業、其他娛樂及休閒服務業
第二十一組	博奕業	公益彩券銷售、經營博奕場、經營投幣式博奕機具、經營博奕網站、其他博奕服務業
第二十二組	其他服務業	理髮及美容業、洗衣業、家事服務業、其他個人服務業

(二)容許使用項目

配合土地使用分區主題意象，引入容許之活動組別，期達成未來之發展目標。各分區容許使用項目詳參表 2-2(本文第 28 頁)容許使用項目一覽表。

第三章 研究方法

第一節 研究區域及對象

本研究所要探討的是臺中市鎮南休閒專用區與休閒產品需求的關係，所以選擇以臺中市的範圍做為本研究的研究區域，並以臺中市市民為問卷對象。

第二節 問卷設計

本研究採用問卷調查法來取得研究所需的量化資料，問卷調查法是研究者用來搜集資料的一種技術，可以用來衡量受訪者個人對問題的看法，其問卷調查內容如下(詳如附錄)：

壹、問卷內容

一、休閒專用區規劃態度

此部份題目設計之目的為瞭解臺中市市民對休閒專用區規劃的態度，所提內容包含市民的態度、及對博奕業及特殊服務業(八大行業)設置的看法等問項。

二、臺中市市民對休閒專用區擬引進產業機能類型空間的偏好

此部份題目設計之目的為瞭解臺中市市民對休閒專用區擬引進產業機能類型空間的偏好，試以瞭解臺中市市民對休閒專用區擬引進產業機能類型空間的偏好，進而瞭解何種產業機能類型為市民所喜好，並應廣為招置該型產業。

三、受訪者屬性

包括性別、年齡、教育程度、職業、居住地、休閒消費支出等基本資料。

貳、分析方式

本研究將以描述性統計分析(Descriptive Statistics)，以次數分配、百分比率、平均值等簡單之統計數值，使達可以容易掌握資料之數據，並增加應用之可能。基此考量，故本研究針對欲探討之問項變數，以簡單之次數、百分比、平均值、排序等，顯示資料整理概。

第四章 問卷成果分析

本研究經過對臺中市市民進行問卷調查作業，總計回收 150 份有效問卷，而如同前段章節所述，問卷在設計時便依所設定之不同分析需求而區分為受訪者對「休閒專用區規劃態度」、對「休閒專用區擬引進產業機能類型空間的偏好」等兩大部份並針對受訪者的屬性資料加以調查，以便進行交叉分析等作業，以下各節將問卷之成果與分析細述如下：

第一節 受訪者的組成

本研究的受訪者經調查統計後，男性佔 51%，女性佔 49%，在性別上為一接近各半、均勻的分佈情況，而在年齡層上，20 歲以上到 50 歲的受訪者總計佔 82%，教育程度的方面則有 85% 為大專以上學歷，再加上 61% 受訪者屬於已婚(有家庭、可能有養育子女者)，可說充份顯示了這份問卷的受訪者大多屬於目前社會上的生產、消費主力年齡層，且受過中、高階教育程度的社會中產工作階層，而職業類別則以軍公教人士最多佔 27%，其餘呈現不規則隨機分佈之情形。

而從 84% 的受訪者居住在臺中市內的居住情形，再加上有 47% 的受訪者每周從事休閒活動在 1 次以下(另有 47% 每周 2~4 次)、每月可運用於休閒娛樂之金額在 5000 元以下的受訪者高到 69% 的比例的數據顯示下，或許指出了臺中市民從事休閒活動較不熱絡的現況。

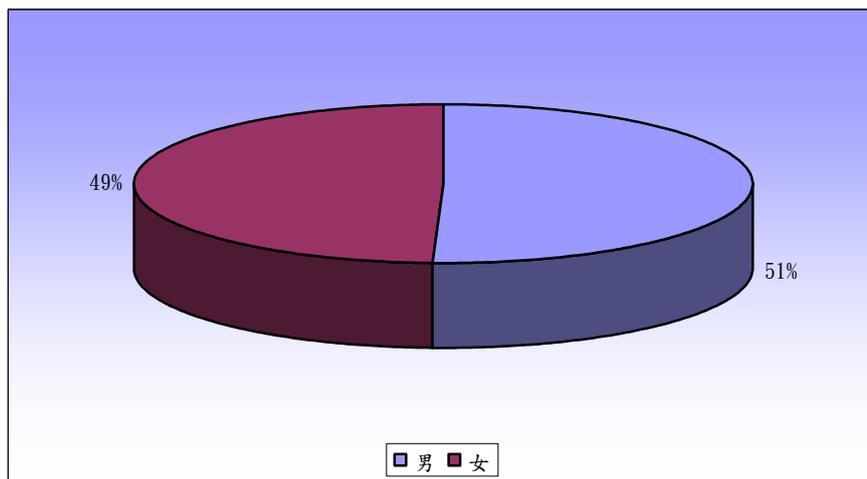


圖 4-1. 性別

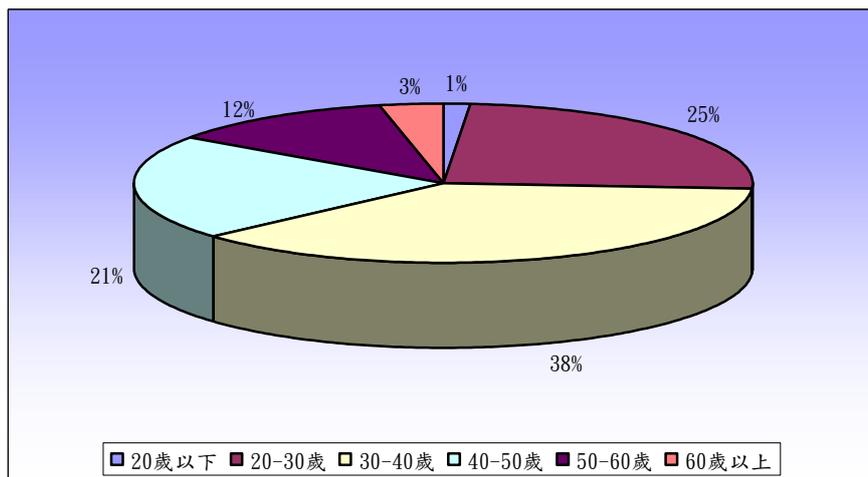


圖 4-2. 年齡

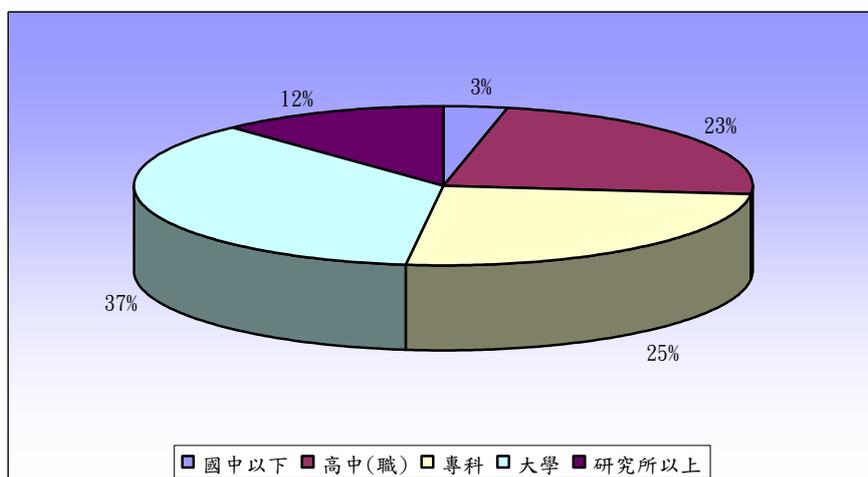


圖 4-3. 教育程度

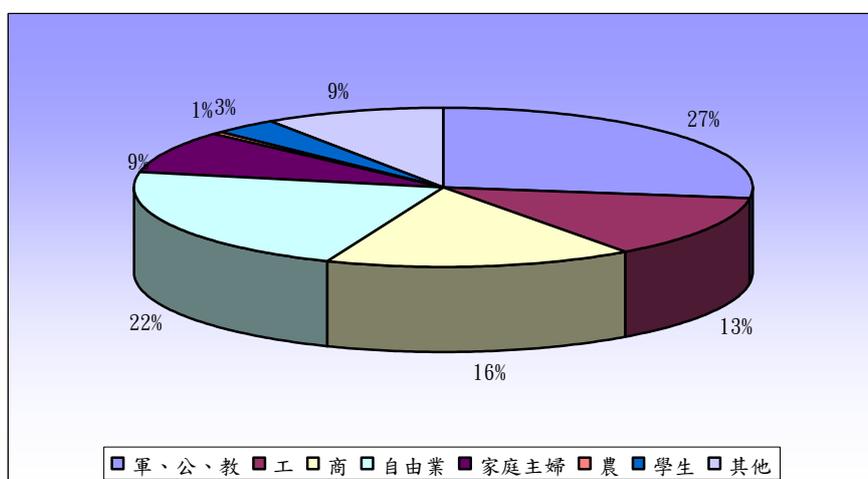


圖 4-4. 現在目前職業

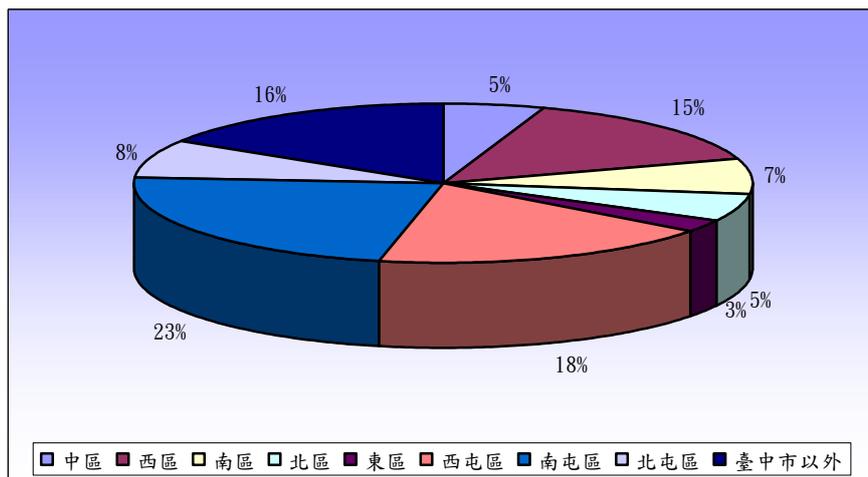


圖 4-5. 請問您居住在臺中市那一區

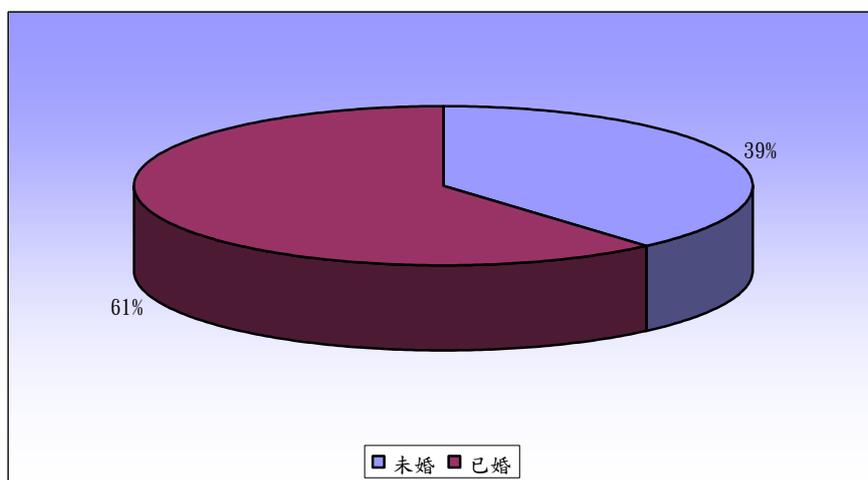


圖 4-6. 婚姻狀況

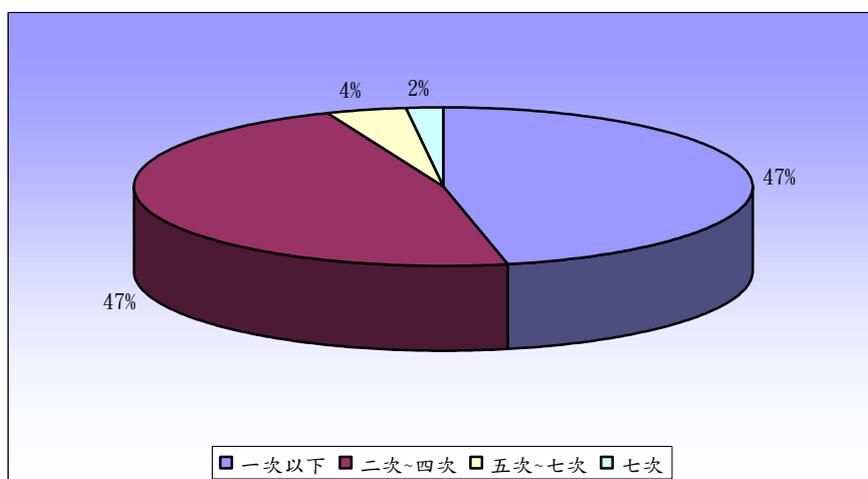


圖 4-7. 請問您每週的休閒次數

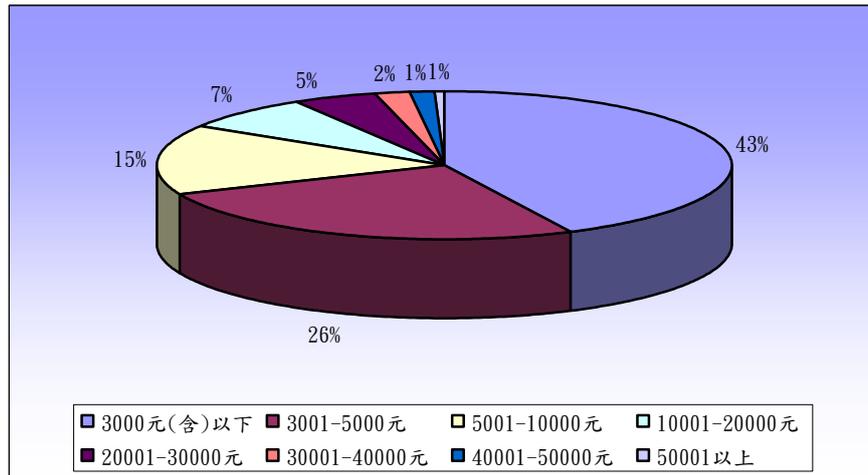


圖 4-8. 請問您的每月可運用於休閒娛樂之金額大約多少？

第二節 受訪者對休閒專用區規劃之認知與需求

在本研究的問卷設計中，第一部份的選項是為了瞭解受訪者對於休閒專用區規劃的態度而設計，此部份總計 26 項調查中；其中第 1~8 項的題目中，針對受訪者對於臺中縣市都會區周遭有關規劃休閒專用區的認知與的需求進行調查。

由第 1~5 題調查的結果可知，有 83% 的受訪者認同臺中市有規劃開發休閒專用區之需要，但是卻僅有 51% 的受訪者表示瞭解臺中市有規劃休閒專用區的計畫(32% 無意見表達)；有 86% 受訪者表示臺中市政府在規劃休閒專用區前應先探詢市民的態度，卻僅有 58% 的受訪者認為臺中市政府規劃休閒專用區的方向正確且積極。

由此可知，在有關臺中市政府規劃休閒專用區的事先對民眾探詢的動作，或是在規劃時訊息的透明、公開性可能需再進行改善，以符民眾期待及增加政策之宣傳性。

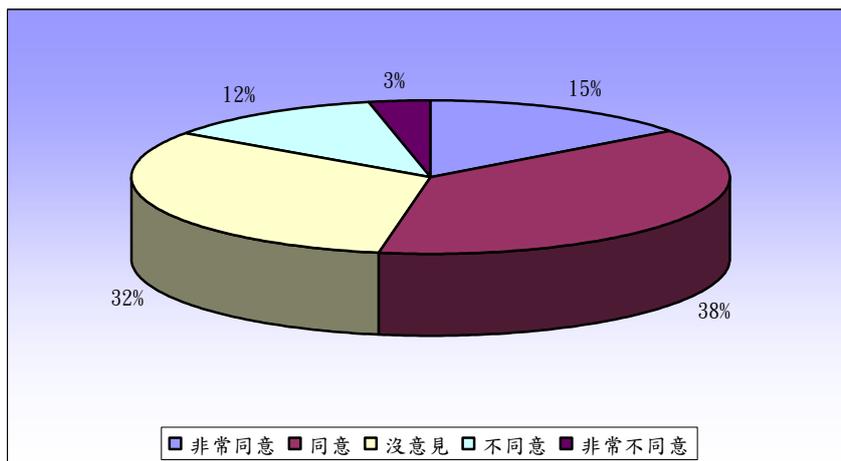


圖 4-9. 您瞭解臺中市有規劃休閒專用區的計畫

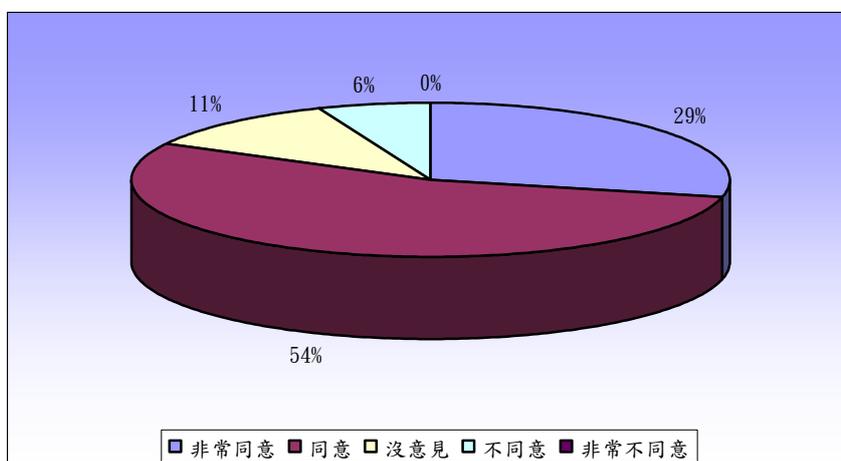


圖 4-10. 臺中市有規劃開發休閒專用區之需要

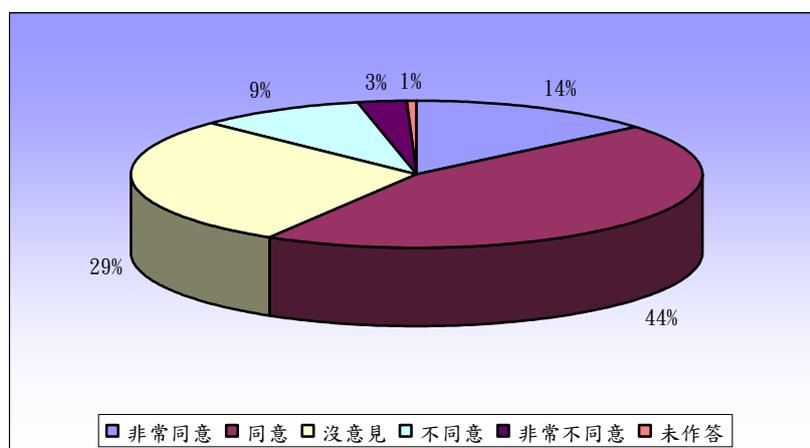


圖 4-11. 臺中市政府規劃休閒專用區的方向正確且積極

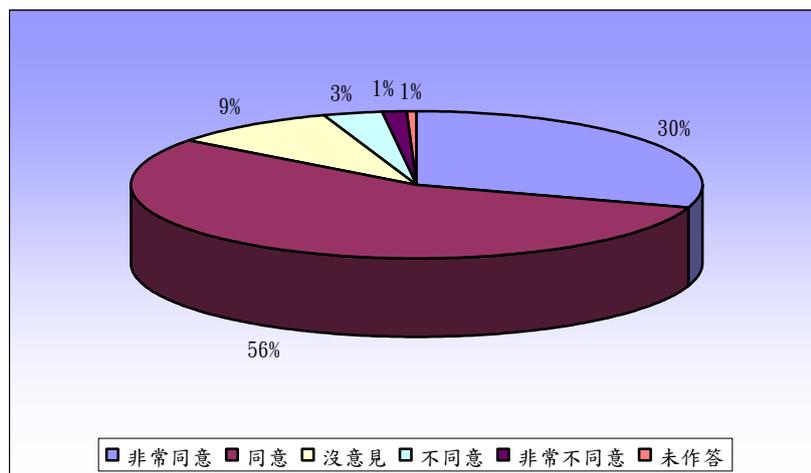


圖 4-12. 臺中市政府在規劃休閒專用區前應先探詢市民的態度

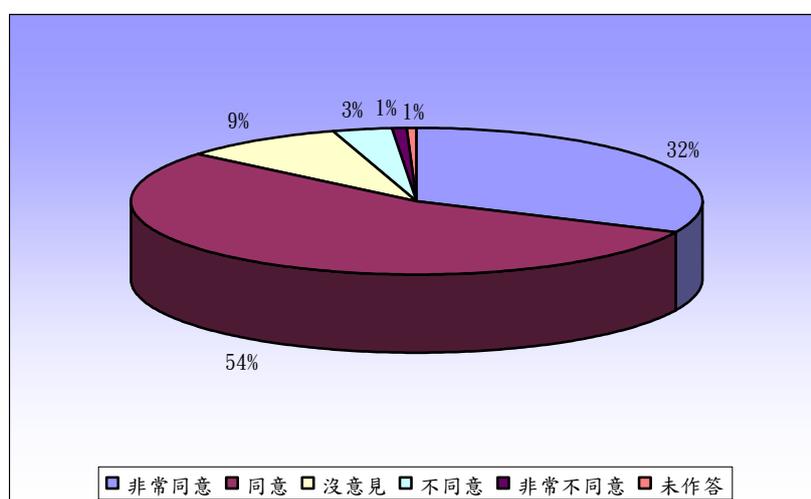


圖 4-13. 休閒空間需朝專用區及整體規劃之必要

而第 6~8 題的選項中，有 66% 的受訪者對休閒專用區規劃之休閒產業類別大都符合需求且多樣表示認同，64% 認同高鐵能為休閒專用區帶來消費人潮，且有高達四成的受訪者認為休閒專區能吸引全國人民造訪。

這些選項的結果，在某種程度反映了受訪者對於休閒專區的認同，而且認為跨區域的交通便利措施(高鐵烏日站)能為該地區附近的休閒專區吸引來自全國各地的人潮，另外一點值得注意的是，有高達 45% 的受訪者表示，休閒專區未來主要吸引的是居在本地(31%)與鄰近縣市(14%)的休閒者或遊客，顯示了都會區內的休閒專區主要吸引的對象，有近半仍是以在該都會區內或鄰近地區的居民為主。

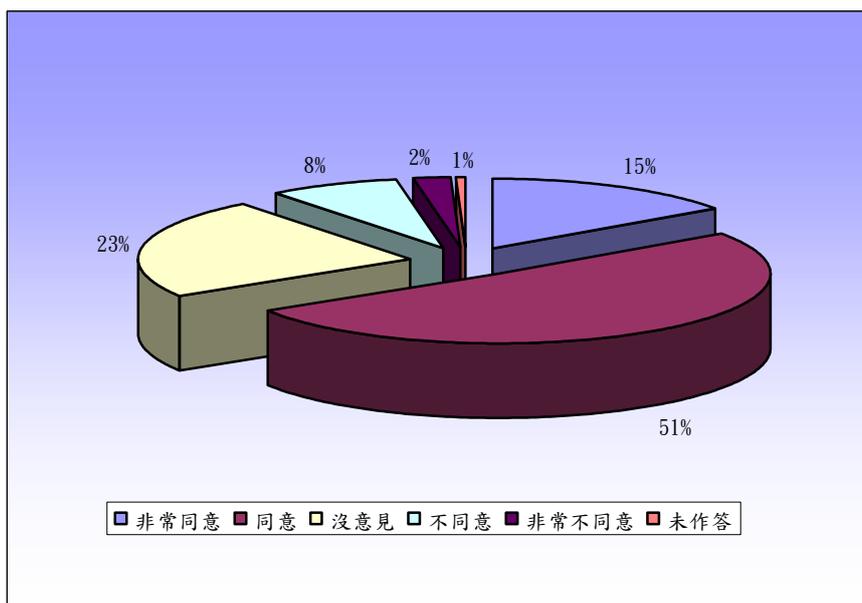


圖 4-14. 休閒專用區規劃之休閒產業類別大都符合需求且多樣

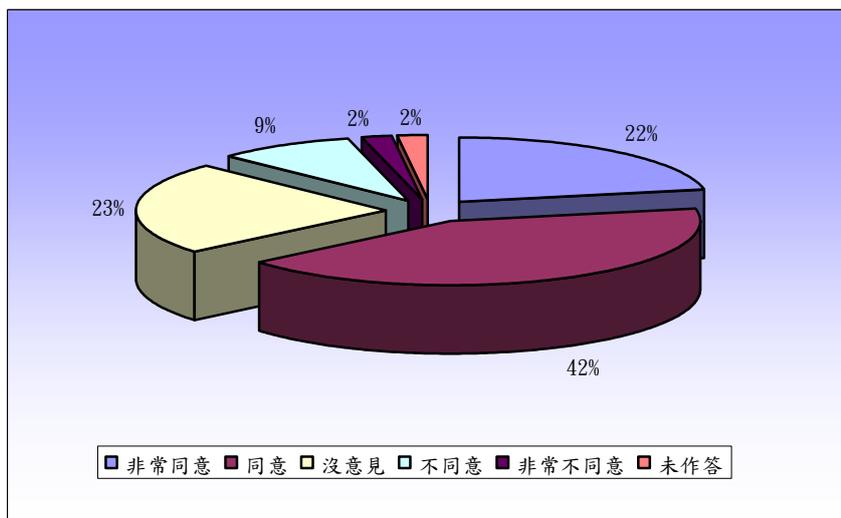


圖 4-15. 高鐵台中烏日站能為休閒專用區帶來休閒消費人潮

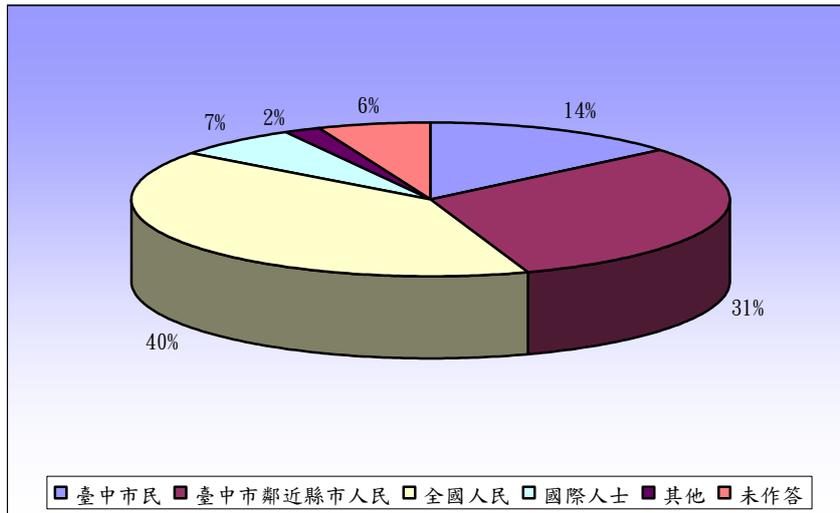


圖 4-16. 您認為臺中市規劃設置休閒專用區，將來主要來此空間的休閒者或遊客為

第三節 受訪者對休閒專用區的效益認同

在本研究第一部份的第 9~第 13 題的選項中，分別就各項休閒專用區可能產生有效益做訪查，結果顯示多數受訪者對休閒專區的設置可能帶來的效益均表示認同。其中以有 86%的受訪者認同「休閒專用區的規劃開發能促進經濟發展」為最高，總計前四名依次為「將來您至該區參與休閒的活動可以增加心情的愉悅」(84%認同)、「休閒專區的規劃開發能活化都市機能」(79%認同)、「將來您至該區參與休閒的活動可以提昇生活品質」(76%認同)。

上述的結果中，可以顯示出在設置休閒專用區的效益上，不論是在實質的經濟發展、都市機能更新上，或是在對於民眾的身心健康層面上增加心情的愉悅或提昇生活品質，都獲到多數受訪者的贊同與肯定。但同時值得注意的是，在針對至休閒專區參與休閒活動能否提高社會地位的選項中，除了有 19%的受訪者表示不認同之外，亦有高達 36%的受訪者保留意見無做表示，經與其他問題的比照之下，顯示出有過半以上的民眾對於參與休閒運動與否與社會位高低之連結帶保留、反對的看法。

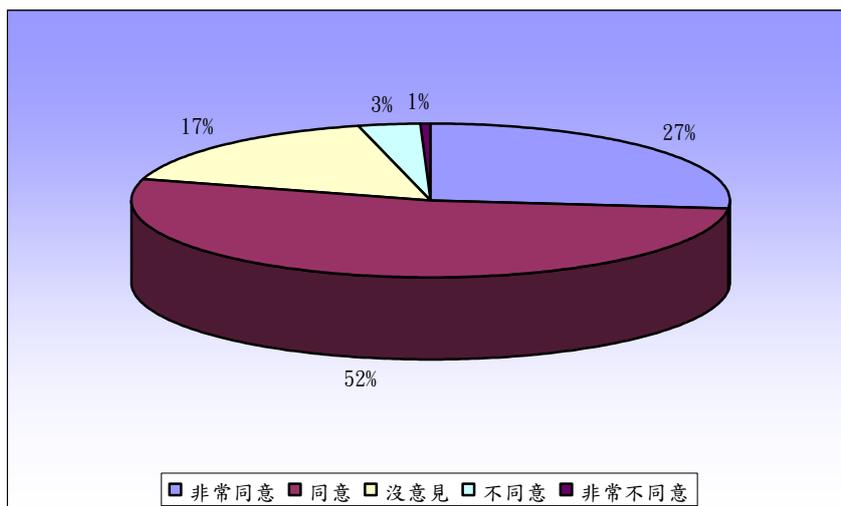


圖 4-17. 休閒專用區的規劃開發能活化都市機能

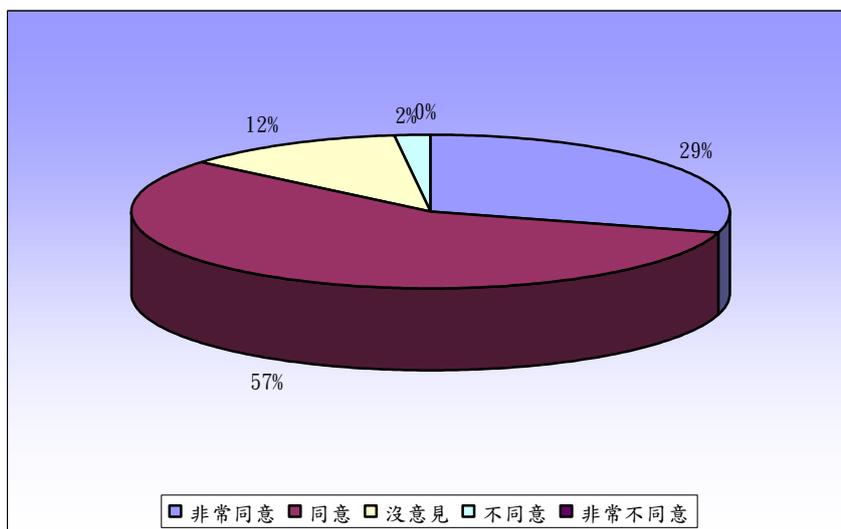


圖 4-18. 休閒專用區的規劃開發能促進經濟發展

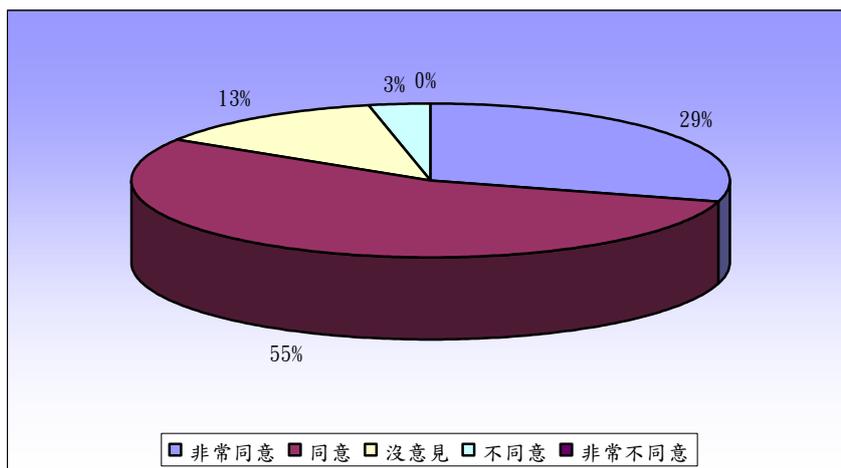


圖 4-19. 將來您至該區參與休閒的活動可以增加心情的愉悅

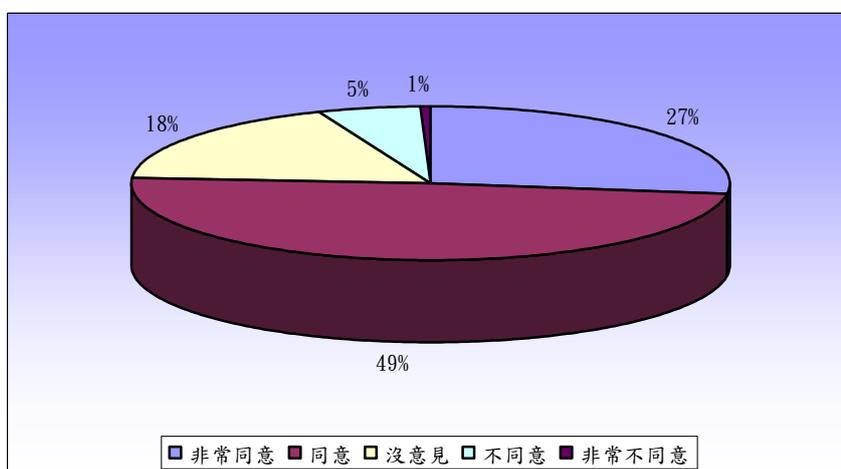


圖 4-20. 將來您至該區參與休閒的活動可以提昇生活品質

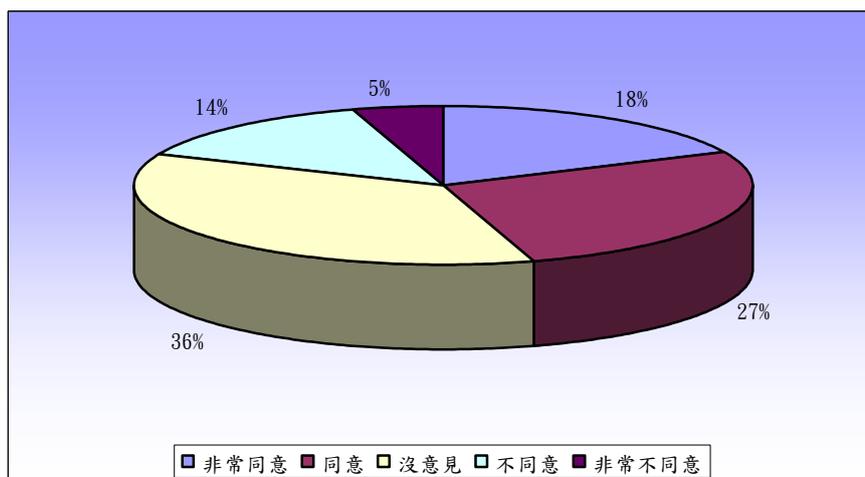


圖 4-21. 將來您至該區參與休閒的活動可以提高社會地位

第四節 對特殊娛樂服務業與博奕設施業的看法

特殊娛樂服務業(八大行業)與博奕設施業在一般民眾的刻板印象中，往往具備特殊的行業別色彩，然而在世界級的觀光事業中，這兩類特別的行業別卻總是佔有一席之地。因此在第一部份的問卷設計中，第14~第19題調查選項，主要即針受訪者對上述這兩大行業的經濟、社會觀感做調查，並調查對於支持開放與否的意見。

經過數據的統計後，我們可得知有52%的受訪者表示規劃特殊娛樂服務業(八大行業)空間將有助經濟發展，但是同時也有近四分之一的受訪者(24%)保留意見，並有22%不看好該行業對經濟發展的助益；而在設置博奕設施業空間的選項中，有49%的受訪者表示會有助經濟發展，且有多達32%的受訪者持保留態度，17%的受訪者認為沒有助益。

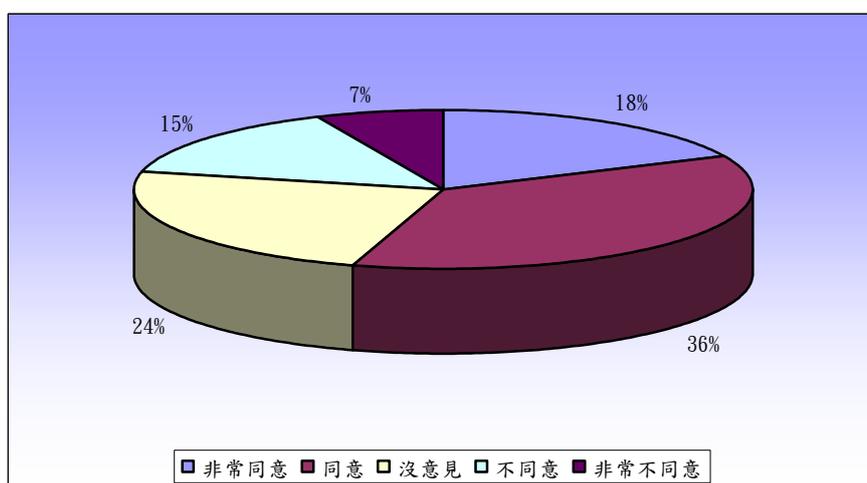


圖 4-22. 規劃特殊娛樂服務業(八大行業)空間將有助經濟發展

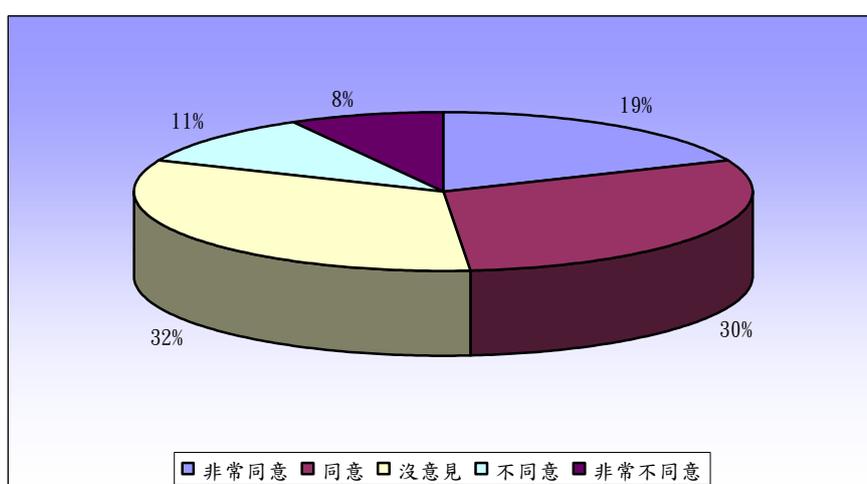


圖 4-23. 規劃設置博奕設施業空間將有助經濟發展

在普遍社會對於這兩項事業的看法中，有 40%的受訪者認為特殊服務業的營業會對社會造成傷風敗俗的負面影響，29%的受訪者無表示意見，另總計有 31%的受訪者認為不會有負面之影響；此外，針對博奕設施業，則有 33%的受訪者認為該行業的營業會對社會造成傷風敗俗的負面影響，25%的受訪者無表示意見，另總計有 42%的受訪者認為不會有負面之影響，顯示在普遍的社會觀感上，民眾對於博奕設施業的接受度上，稍稍高於特殊娛樂服務業(八大行業)約 10%。

更進一步的從民眾對於政府是否該開放上述這兩項行業別的調查來看，有 49%受訪者同意鬆綁博奕相關法令，允許博奕設施業設置營業，20%表示反對；另一方面，則有 36%受訪者同意鬆綁特殊娛樂服務業(八大行業)相關法令、允許設業，但同時亦有 36%持反對意見，由此也可映證前述之民眾對此兩項行業別之觀感統計成果。

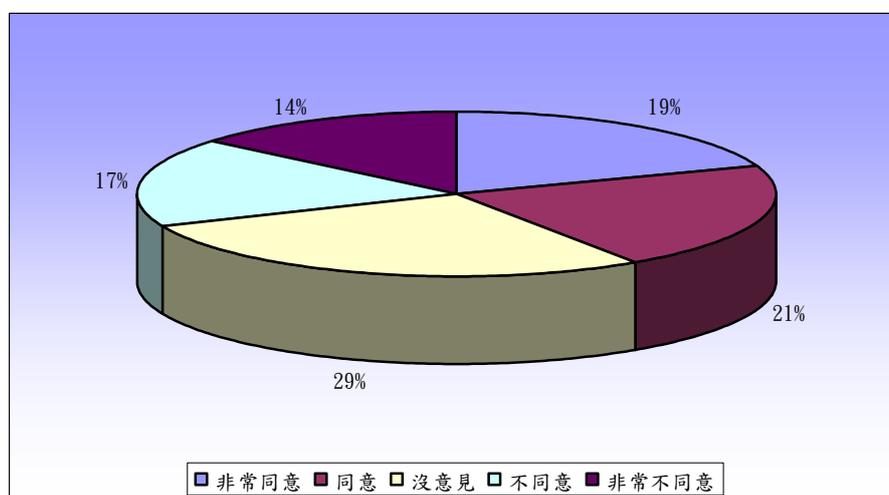


圖 4-24. 特殊娛樂服務業(八大行業)營業對社會不會有傷風敗俗的負面影響

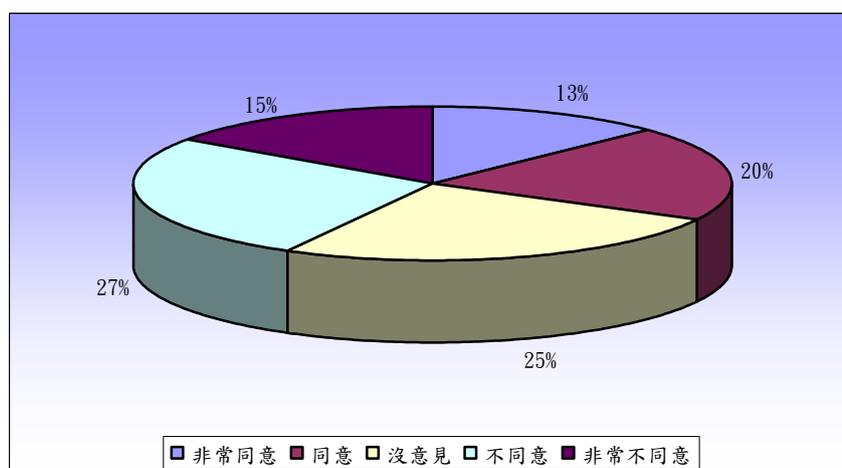


圖 4-25. 博奕設施業營業不會有傷風敗俗的負面影響

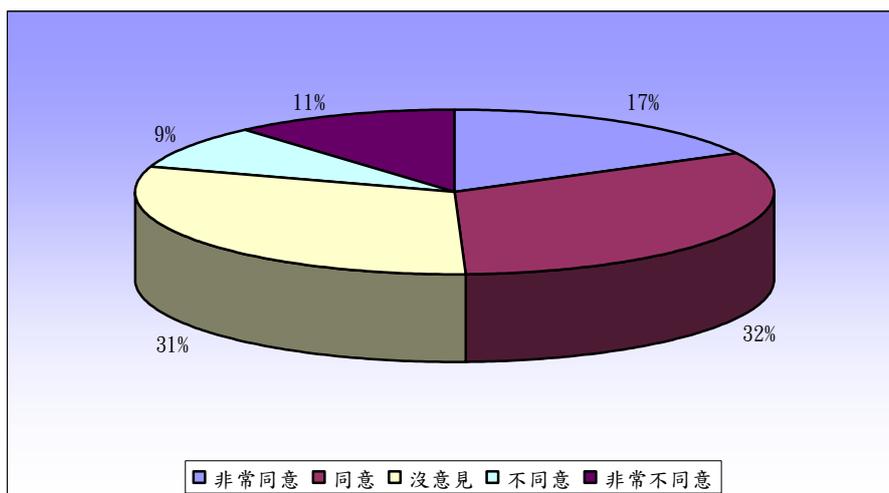


圖 4-26. 政府應鬆綁博奕相關法令，允許博奕設施業設置營業

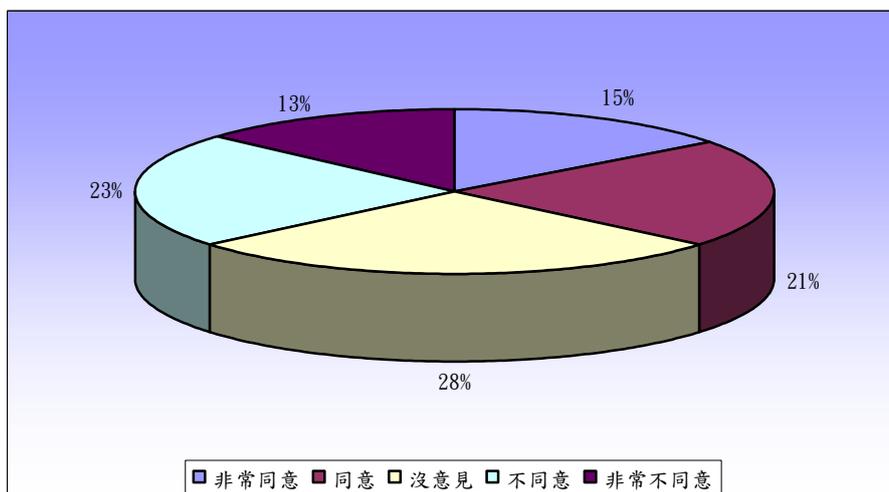


圖 4-27. 政府應鬆綁特殊娛樂服務業(八大行業)相關法令，
允許特殊娛樂服務業(八大行業)設施營業

第五節 受訪者對休閒專區的關注與參與意向

在問卷第一部份的最後，本研究針對受訪者對於休閒專區的相關規劃情形的關注程度與未來可能參與休閒活動的意向做調查，以便瞭解民眾對於此類開發案的專注度與潛在的未來參與意願。

由問卷統計成果顯示，休閒專用區的規劃設置與集中整體規劃的休閒空間都會增加大多數人休閒參與機會(分別有 76%與 72%認為會增加)。同時，針對八大行業與博奕設施業的未來參與意向，分別有 33%及 42%的受訪者表明會在未來參與該行業別的休閒活動，也分別有 37%及 27%的受訪者表明不會去參與該行業別的休閒活動，以及 30%及 31%的受訪者持保留意見。

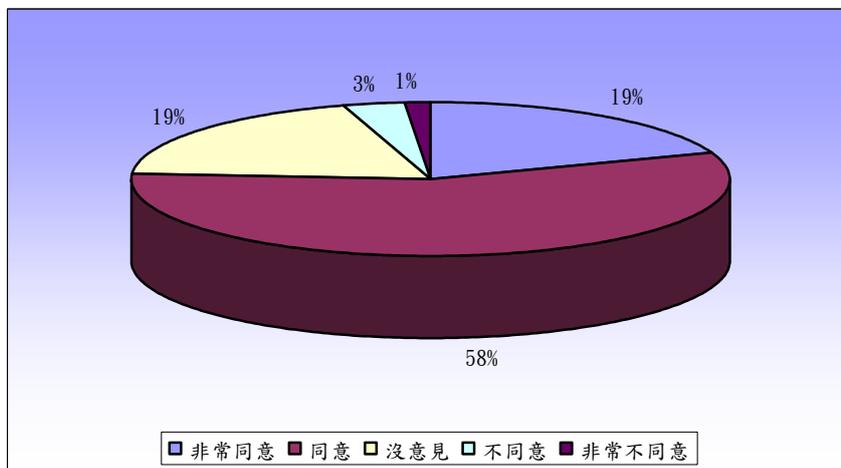


圖 4-28. 休閒專用區的規劃設置將可能增加您的休閒參與機會

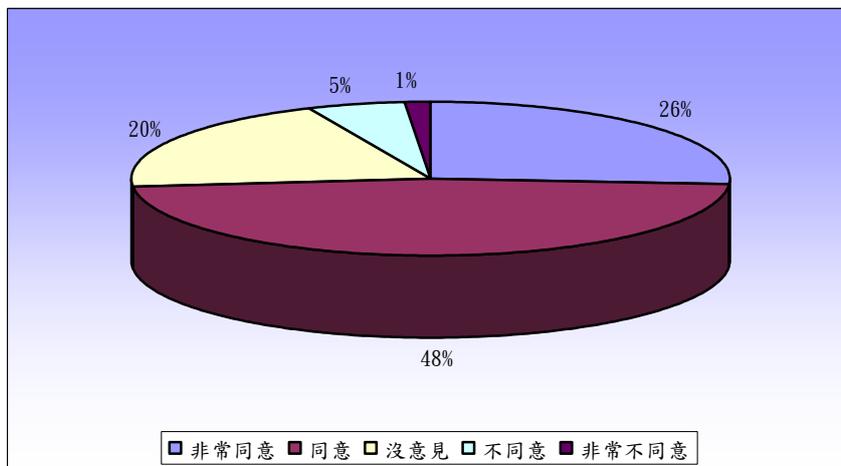


圖 4-29. 休閒空間集中整體規劃會增加您前往的意願

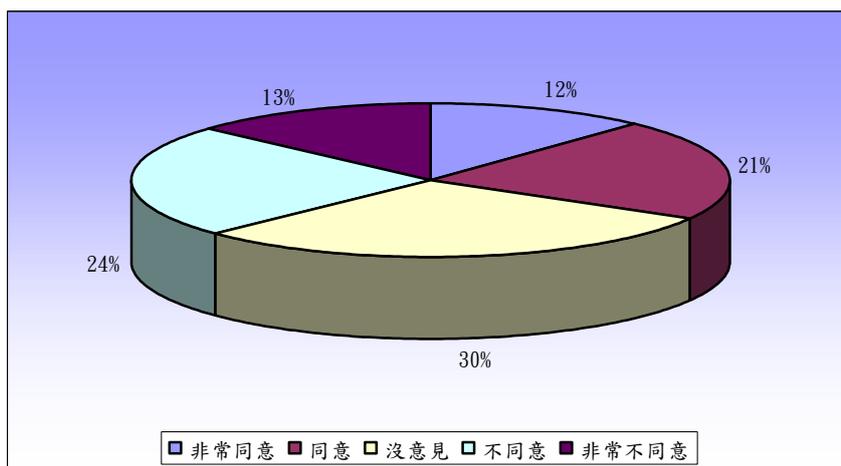


圖 4-30. 將來您會前往特殊娛樂服務業(八大行業)空間消費休閒

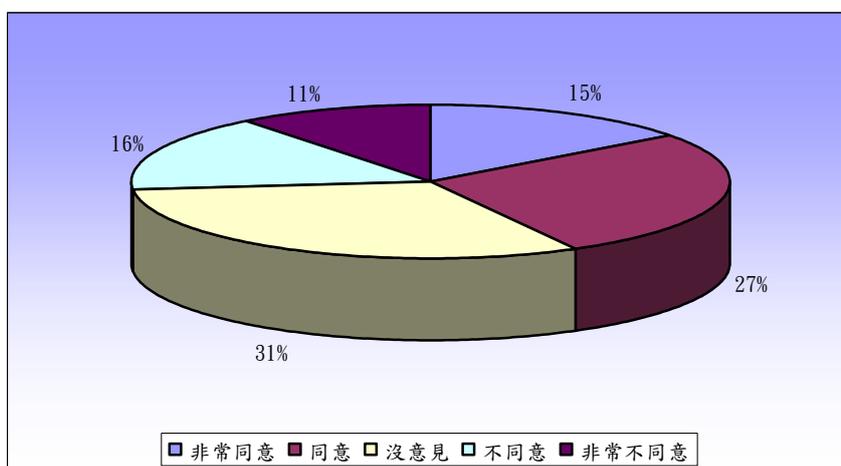


圖 4-31. 將來您會前往博奕設施業空間消費休閒

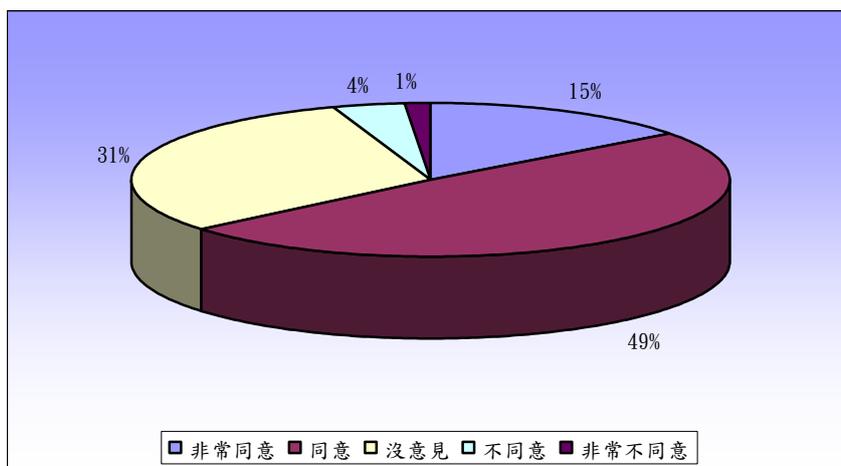


圖 4-32. 將來您會對休閒專用區的規劃開發的發展進度關心注意

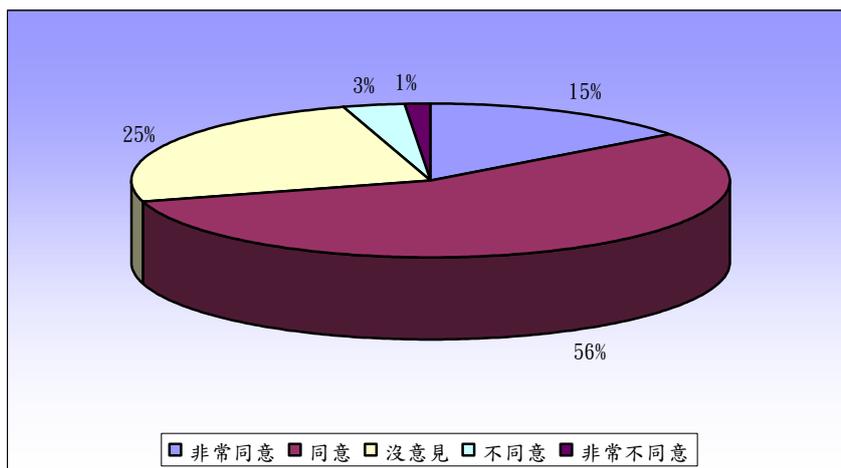


圖 4-33. 將來您會對休閒專用區的各项休閒活動關心注意

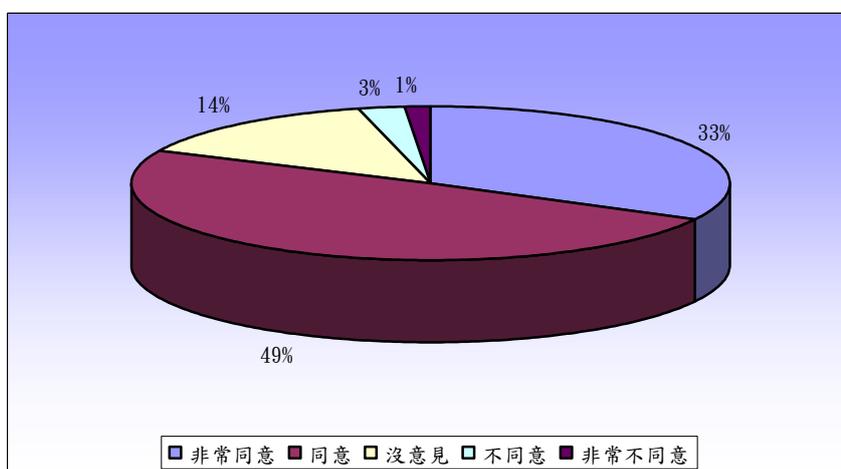


圖 4-34a. 交通便利會增加您前往休閒空間的意願

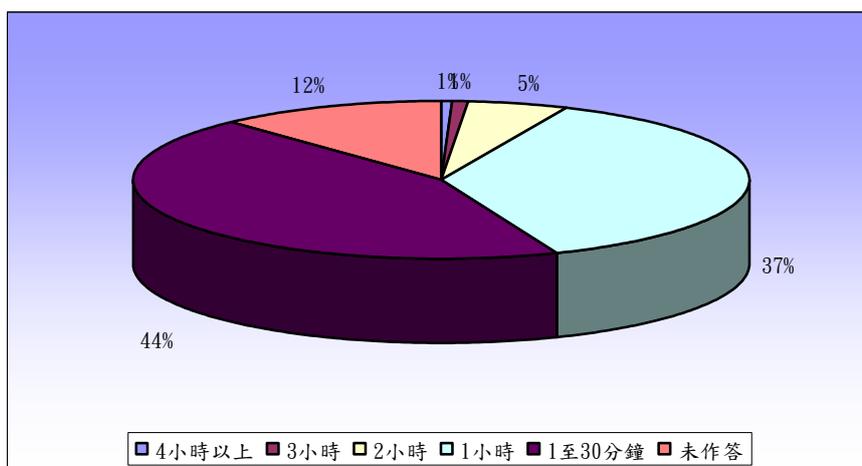


圖 4-34b. 您希望從您的居住地多久可到達您的休閒地點? _____ 小時

在第 24~26 題問卷的選項中，有 64%的受訪者表示會對休閒專用區的規劃開發的發展進度加以關心注意，71%的受訪者會對休閒專用區的各项休閒活動關心注意，顯示了超過六成以上的人對休閒活動的關注是熱衷專注的。而在有關交通便利是否影響個人前往休閒空間意願的調查中，則是一面到的有 82%的多數受訪者認為會影響(僅有 4%認為不會，14%無意見)，而同一題的延伸調查中也顯示了，有超過 81%的受訪者希望從自己的居住地到達休閒地點的時間是在 1 小時內，其中更有 44%是認為要在 30 分鐘內，表達出民眾對於就近參與休閒活動的意向。

第六節 偏好空間類型行業別

問卷的第二部份，乃為了瞭解民眾對於休閒專用區擬引進之各種機能類型項目官間規劃的偏好而設計，首先調查民眾對於休閒專用區之偏好的空間規劃類型，然後再調查民眾所感興趣、希望引進之產業機能類型空間類別。

經統計後，成果如下圖所示，在民眾偏好的空間規劃類型中，以「生態綠地」獲得58%受訪者的偏好為最高，緊接著為次高的「休閒餐飲專用區」(44.67%)、第三高的「綜合娛樂專用區」(38%)，其他空間規劃類型所獲偏好比例數據詳如圖4-35所示。

而在對於問卷上所列22項有關休閒專區可能引進之產業機能類型空間中，以「社區遊憩設施」獲得38.67%受訪者的喜好為最高，「文化教育設施」獲35.33%的喜好為第二，「娛樂健身服務」獲32.67%的偏好位居第三，其它各項產業機能空間獲支持比例數據詳如下圖4-36~圖4-38所示。

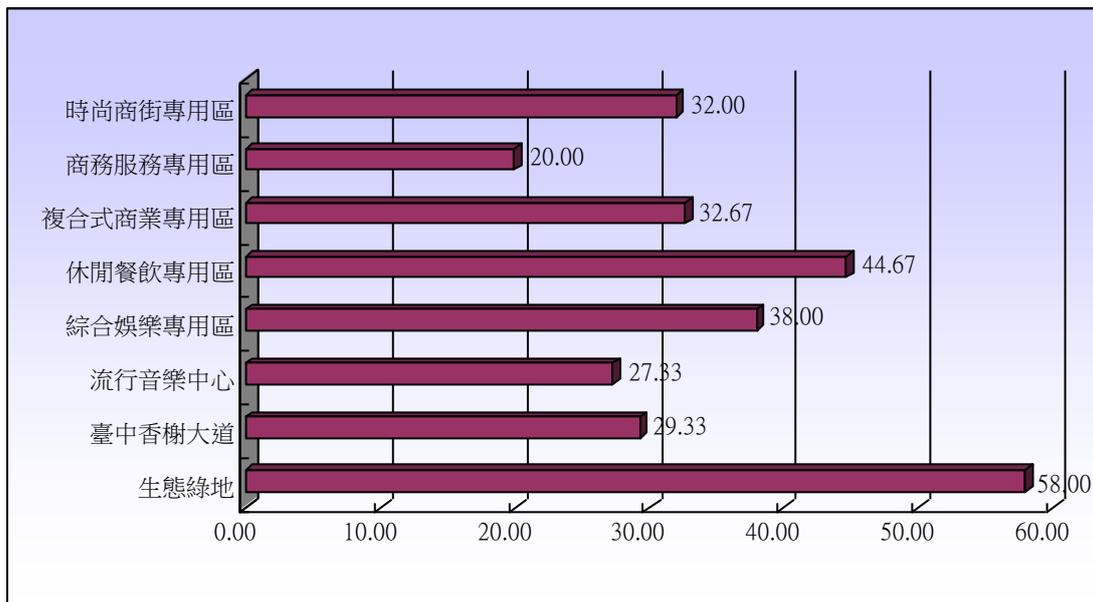


圖4-35. 對於休閒專用區之使用分區的空間規劃的產業別空間所獲得所有受訪者偏好的百分比

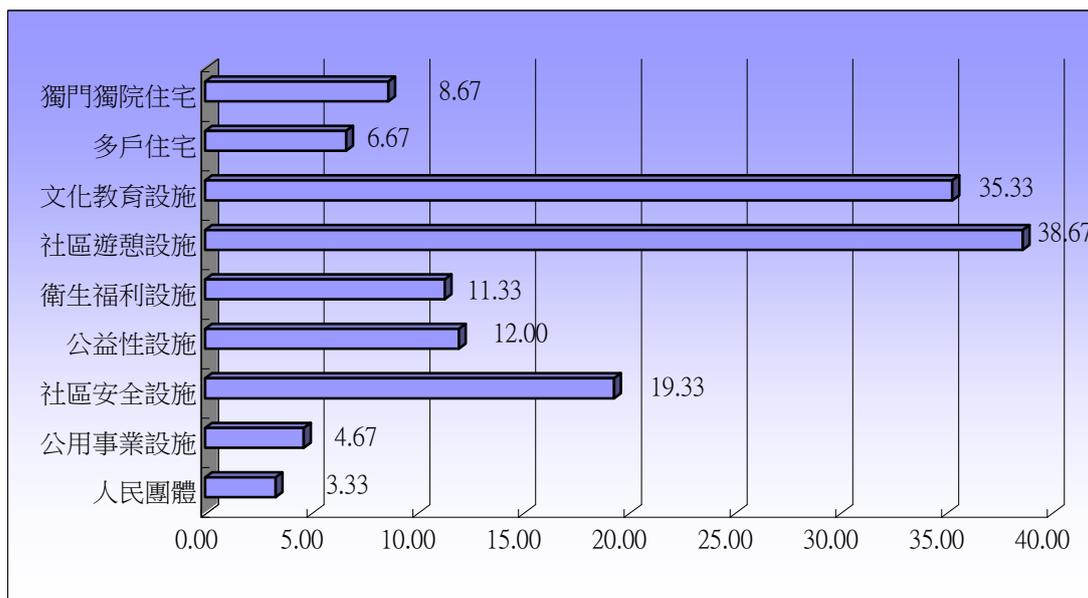


圖4-36. 各項產業機能空間獲支持比例-1

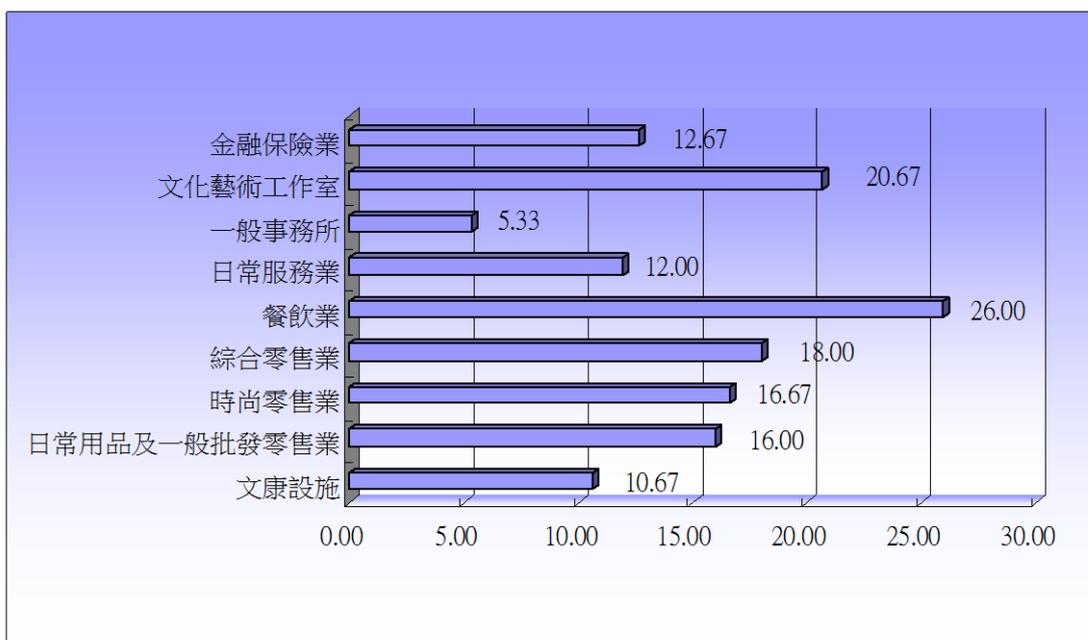


圖4-37. 各項產業機能空間獲支持比例-2

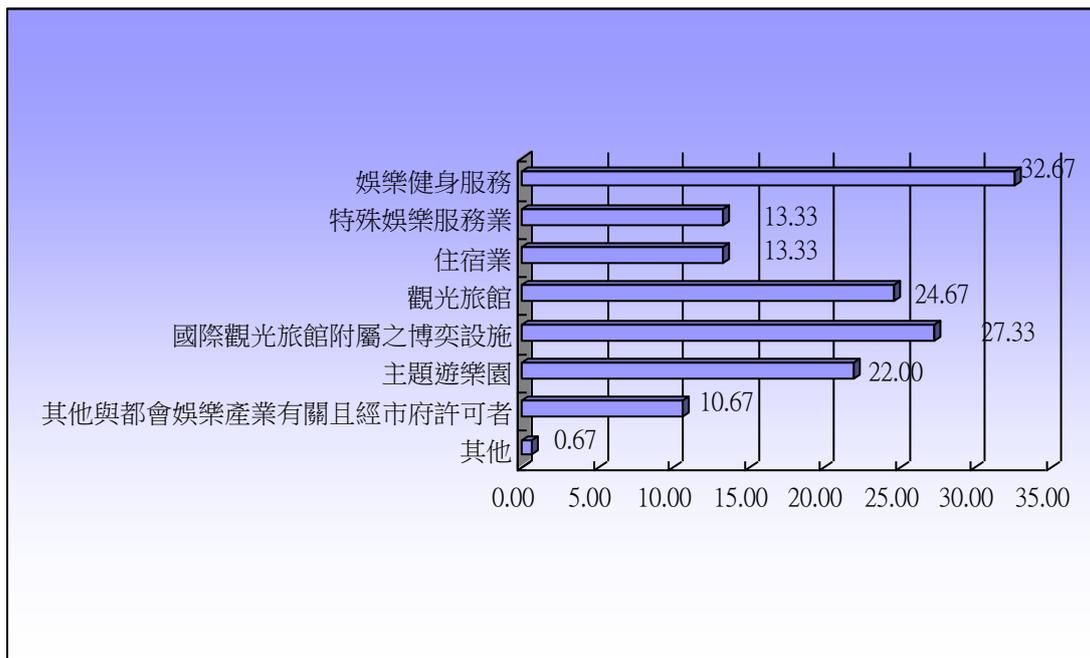


圖4-38. 各項產業機能空間獲支持比例-3

第五章 結論與建議

如同先前所述，鎮南休閒專用區開發是為目前全國最大區域的觀光休閒商業區開發規畫案，開發完成後將使台中市未來之休閒觀光業繁榮發展及帶來無限的人潮及商機，而其休閒專用區引進休閒產業類別，是否為將來新休閒需求？及特殊娛樂服務和博奕設施是否為台中市民所樂意接受，是為重要研究課題之一。

透過問卷的調查，本研究中指出了多項與休閒專區開發相關之分析，包括民眾對於休閒產業空間類型、民眾對於特殊娛樂服務業(八大行業)及博奕設施業的觀感及開放與否的不同意見調查、對於休閒產業空間類型的偏好程度等等，由種種的問卷成果分析後，針對鎮南休閒專用區的開發與設置，提出下列幾點建議：

壹、廣納民意，加強行銷宣傳

由問卷分析之結果可知，民眾對於休閒專區的設置是相當關注且重視，但是僅有51%的受訪者表示瞭解臺中市有規劃休閒專用區的計畫，有高達86%受訪者表示臺中市政府在規劃休閒專用區前應先探詢市民的態度，卻僅有58%的受訪者認為臺中市政府規劃休閒專用區的方向正確且積極。

然而在設置休閒專區的未來吸引的遊客源中，有近半是屬於本地區或鄰近縣市的民眾，因此有關臺中市政府規劃休閒專用區的同時，更不容輕忽在事先對民意探詢的動作，或是在規劃時訊息的透明、公開性可能需再進行改善，以符民眾期待及增加政策之宣傳性。

貳、正面積極肯定休閒專區效益

在本研究中有關設置休閒專區未來可能帶來的種種效益的調查中，可以顯示出在設置休閒專用區的效益上，不論是在經濟發展、都市機能更新等促進社會發展的助益上，或是在增加心情的愉悅或提昇生活品質等提昇民眾身心健康層次上，都獲到多數受訪者的贊同與肯定；再者，由未來民眾參與休閒專區的意向調查中，亦顯示有超過七成以上的民眾在休閒專區的設置、集中規劃後，會增加參與休閒活動的次數。

綜合上述種種成果之分析，可知民眾對於休閒專區之設置是投以相當程度的期望，為有效增進臺中都會區民眾之身心健康並活絡社會發展，設置休閒專區實有其必要性與急迫性，且在設置專區的考量上，務必針對民眾所冀望之效益多加規劃相關之設施或考量，以符期待。

參、擅用地利之便，強化參與意願

根據本研究之成果分析，有多達 82% 的多數受訪者認為交通便利會影響個人前往休閒空間參與活動的意願，而在同一項的延伸調查中也顯示了，有超過 81% 的受訪者希望從自己的居住地到達休閒地點的時間是在 1 小時內，其中更有 44% 是認為要在 30 分鐘內，表達出民眾對於就近參與休閒活動的意向，以及渴望在短程距離內可即可參與休閒活動的需求

而就臺中市鎮南休閒專區之地理位置而言，位於中部高鐵烏日站交通十分鐘內的範圍中，若以高鐵烏日站至台北、高雄均在一小時內的交通路程而言，將使得未來鎮南休閒專區結合北高兩大都會客源之可能性大為提高。再者，中部各縣市與臺中都會區之生活圈早已習習相關，更往往以臺中都會區為休閒、愉樂、藝文及消費等等活動之重心。

因此，坐擁如果有利之地理條件，未來在休閒專區之交通動線規劃上更應列為首要重點項目，將休閒專區至臺中市各交流道、各轉運站及車站做完整的動線規劃與連結，將更可能吸引各地客源之到訪意願。

肆、參酌民眾偏好空間，慎審考慮引進八大行業與博奕設施業

藉由本研究的問卷調查，可得知大多數臺中地區民眾對於休閒專區設置空間的偏好類別前三名分別「生態綠地」、「休閒餐飲專用區」及「綜合娛樂專用區」；而在鎮南休閒專區的空間面積比例規劃設置上，生態綠地佔 10.02% (第四大面積)，休閒餐飲專用區佔 11.62% (第三大面積)，綜合娛樂專用區佔 17.10% (第二大面積)，而在休閒專區中佔最大比例的規劃複合式商業專用區 (17.83%) 在民眾偏好之選項中排第四，可顯示了在民眾所偏好的空間規劃類型中，與目前鎮南休閒專區所規劃之空間類型大致吻合。而在對於問卷上所列 22 項有關休閒專區可能引進之產業機能類型空間中的排名調查結果，則可提供做為未來引進產業之參考。

此外，對於特殊服務業與博奕設施業的問卷調查結果分析，可顯示出民眾對於此兩項接受程度仍有待考驗，其中尤以八大行業各支持與反對的比例相同為最，博奕事業可能與我國民族習性與節慶傳統稍有關聯，故尚有高出八大行業約 10% 之支持率，但是整體而言，在鬆綁此兩類別行業的支持度上都仍未過半。

值得注意的是，儘管支持率不高，但是提及這兩類行業別對於經濟上是否有助益時，卻也都有高達 52% 及 49% 的民眾表示認同，且在未來可能參與此兩類別行業的可能性調查中，八大行業與博奕設施業的未來參與意向，分別有 33% 及 42% 的受訪者表明會在未來參與該行業別的休閒活

動，但是也分別有37%及27%的受訪者表明不會去參與該行業別的休閒活動，以及30%及31%的受訪者持保留意見。也就是說，包括態度保留者的比例，潛在、有可能參與這兩類關業別休閒活動的民眾比例則可能高達63%(八大行業)及73%(博奕設施業)，值得在規劃、引進相關行業時做為參考。

綜觀上述諸項建議中，本研究可顯示出臺中市民對於休閒專區設置的渴望與期待，並且反映出了民眾對於八大行業與博奕設施業在民眾心中的普遍觀感與隱藏的發展潛力；未來在調整、引入新進產業別時，亦應在民眾的觀感與帶來的實質經濟效益中多加衡量。

「瞭解民眾所需，儘可能提供滿足民眾之服務」一直以來應該是公部門最大的服務宗旨，鎮南休閒專區的規劃與民眾對於休閒專區的需求密不可分，本研究指出，在鎮南休閒專區的規劃上，現有的空間規劃大致與本研究之民調統計成果大致吻合，且坐擁地利之便，冀望在未來休閒專區的規劃開發過程中，能參酌本文中多項建議，廣納民意適時修正規劃，並健全完善的周邊，打造符大眾之夢想中的臺中都休閒專區!!

參考文獻

- 楊原芳，2005，內在休閒動機、認真型休閒特性與最適體驗關係之研究—以高爾夫球運動為例，中國文化大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文。
- 陳欣宏，2004，臺中市中老年人休閒阻礙與休閒需求之調查研究，中國立體育學院體育研究所碩士論文
- 廖振宏由社經地位、家庭生命週期探討家庭休閒消費分配之研究，中國立體育學院體育研究所碩士論文
- 黃千珊，1999，家庭生命週期與家庭休閒活動決策歷程之研究—以基隆市核心家庭為例，高雄師範大學成人教育研究所碩士論文
- 吳春暉，2005，財務可行性分析模式於休閒產業 BOT 上應用之研究，大葉大學 休閒事業管理學系碩士班碩士論文
- 陳建勳，2003，，酒吧類型、區位選擇與消費者關係之研究—以新竹市區酒吧為例，中華大學建築與都市計畫學系碩士論文
- 林朝欽，1986，森林遊樂資源經營管理之研究—以林務局管轄之國有林為例，台灣大學森林研究所碩士論文。
- 廖世平，2003，高鐵完工後對休閒產業行銷策略影響之研究—以主題樂園為例，國立台北大學企業管理學系碩士論文。
- 陳文鏞，2003，從休閒需求觀點探討休閒農業發展養生農場之可行性—以台中市民為例，逢甲大學土地管理學系碩士在職專班碩士論文
- 謝金隆，2004，休閒不動產開發模式暨投資策略之研究—以太平洋翡翠灣地區為例，世新大學觀光學研究所碩士論文
- 劉思治，2003，從關鍵成功因素及資源基礎觀點探討休閒事業之競爭優勢—以西子灣休閒度假中心為例，國立中山大學管理學院國際高階經營碩士論文
- 魏源金，2003，台糖公司開發休閒產業與經營策略的時空，國立台灣師範大學地理研究所博士論文
- 蕭立夫，2003，商圈休閒活動需求之研究—以日月潭形象商圈為例，國立臺北科技大學商業自動化與管理研究所碩士學位論文

- 譚兆平，1999，實質選擇權於休閒產業投資決策之研究，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文
- 鮑敦珮，2002，中部地區青少年選擇休閒場所之相關因素實證研究—以國立台中高級農業職業學校為例，朝陽大學休閒事業管理系碩士論文
- 孔令嘉，1996，台中市婦女休閒行為與場所選擇之研究，碩士論文，逢甲大學建築及都市計畫研究所碩士學位論文
- 周海娟，「台灣地區居民休閒活動的選擇與類型—社會學的次級分析」。東吳大學社會學研究所理論組碩士論文（1990）。
- 白書菁，2006，休閒運動設施使用者空間意象認知與滿意度對行為意圖之影響，國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文
- 陳桓敦，2002，台灣地區休閒旅館遊客消費行為之研究，世新大學觀光學系碩士論文
- 劉美美；張雅幸，2007，臺中市政府 96 年度自行研究發展報告，臺中市視聽歌唱業等八種行業營利事業管理之探討
- 陳癸正，2007，臺中市政府 96 年度自行研究發展報告，消除民眾將台中市定位為色情中心刻板印象之研究
- 劉曜華、王大立，2005，高鐵通車後對大台中地區的機會與威脅戰略思考與策略方案，逢甲大學都市計畫系台中學研究小組
- 行政院經濟建設委員會，1989，臺灣地區各生活圈居民戶外遊憩活動之研究。
- 台中市政府，2005，台中市南屯區休閒專用區(鎮南地區)區段徵收可行性評估報告書
- 台中市政府，2006A，台中市都市計畫休閒專用區規劃研究案
- 台中市政府，2006B，擬定台中市都市計畫(休閒專用區)細部計畫書
- 王傳銘，1996，Recreation 與 Leisure 的含義，戶外遊憩研究，9(1)
- 王宗吉，徐耀輝，2000，休閒運動與健康管理，休閒活動專書，中華民國體育學會。
- 蔡特龍，2000，休閒運動的推展，休閒活動專書，中華民國體育學會。
- 余嬪，1998，學習社會與休閒教育，學習社會，台北，中華民國成人教育

學會。

李銘輝 郭建興，2004，觀光遊憩資源規劃，揚智文化事業股份有限公司

蔡宏進，2004，休閒社會學，三民書局股份有限公司

高俊雄(2002)，運動休閒事業管理，桃園，志軒

謝智謀(2001)譯，John Swarbrooke & Susan Horner 著，觀光消費行為
理論與實務，臺北，桂魯

周明智。(2003)。商業遊憩管理。台北：揚智文化事業公司

吳松齡。(2003)。休閒產業經營管理。台北市：鼎易公司

侯錦雄。(1995)。遊憩區規劃。台北市：地景企業公司

林連聰、陳思倫、宋秉明(1995)，觀光學概論，空中大學出版。

李銘輝、郭建興 (2000)。觀光遊憩資源規劃。台北：揚智文化事業公司

陳思倫，2003，觀光學概論，國立空中大學

陳思倫、歐聖榮、林連聰(2001)，休閒遊憩概論(初版三刷)，國立空中大
學。

鄭伯堦、張東峰 編譯，1985，心理學，桂冠圖書股份有限公司。

朱道力、薛雅惠，2006，旅遊地理學，台北，五南圖書出版股份有限公司

黃思明、吳琮璠、沈華榮、方文昌、賴杉桂等。(1998)。現代化商業經
營。臺北縣：國立空中大學。聯經出版社。

張宮熊、林鈺琴，2002，休閒事業概論，揚智文化事業股份有限公司

王淑宜譯，2004，城市旅遊管理—政策、程序與實務，六合出版社

李明宗(1992)，公園設施的管理維護—休閒、觀光、遊憩論文集，地景出
版社。

陳水源. 李明宗合譯，1992，遊憩機會序列與遊憩體驗，休閒. 觀光. 遊憩
論文集，地景企業股份有限公司出版。

陳宗玄，1996，臺灣休閒消費支出分析與預測—卡門濾波方法之應用，臺
灣經濟金融月刊，35(7)

邱永漢，2001，財訊月刊，2001.4 期

吳惠然，2007 年 3 月，電工資訊月刊第 195 期

- 薛明敏，1982，觀光的構成，參旅雜誌社。
- 林晏州，1984，遊憩者選擇遊憩區行為之研究（都市與計劃第13卷），中華民國都市計畫學會。
- 葉智魁，1995，工作與休閒-提升生活素質的反省，戶外遊憩研究，8卷2期。
- 楊志義，1998，休閒運動的重要性，戶外遊憩研究，3卷2期。
- 蔡明哲，1989，休閒社會學專號序-思與言，27卷4期。
- 謝琦強，2007，第九屆休閒、遊憩、觀光學術研討會，都市休閒專用區空間外部性之潛在觀光衝擊-以台中市楓樹社區為例
- 顏家芝，1993，旅遊空間演化模式之回顧，戶外遊憩研究，第6(1/2)期。
- 王昭正，2000，休閒事業，行職業資訊研發成果專輯，勞委會職訓局
- 行政院主計處，1992，台灣地區國民休閒生活調查報告。
- 夏鑄九、鄧宗德，1992，台灣都會區休閒生活所面臨的困境-台北都會區之休閒關係與休閒空間，中國休閒生活文化學術研討會論文集。
- 許義雄，1978，休閒活動論，師大體育系講義。
- 劉興漢，1992，台灣地區國民休閒需求調查研究，國立政治大學教育心理與研究，第15期。
- 侯錦雄，1985，景觀知覺與景觀設計，東海學報，26卷P857-P867
- 楊淑閔，2008年3月10日，中央社（網址 <http://www.cna.com.tw/>）
- 寇世菁，2008年3月10日，中廣新聞網
（網址 http://wwwnews.pchome.com.tw/media_idx/bcc.html）
- 張菁雅，2008年3月11日，自由時報
- 交通部高速鐵路工程局網站（<http://www.hsr.gov.tw>）
- 行政院主計處，2008，中華民國統計資訊網
（網址 <http://www.stat.gov.tw/>）

敬愛的女士先生您好：

這是一份想了解您對臺中市休閒專用區規劃與休閒產業需求的研究問卷，希望藉由您的寶貴意見，協助我們研究的進行，麻煩您撥冗協助填寫問卷。本問卷採不記名方式填答，僅供研究用途，絕不對外公開，請您放心作答。

肅此 順頌

身體健康

事事如意

研究者

臺中市中興地政事務所

第二課 唐仁棟

第一部份：休閒專用區規劃態度

為瞭解您對休閒專用區規劃的態度，請您在每一題目後空格中依您實際狀況，以非常同意為 1，同意為 2，以此類推非常不同意為 5 的方式進行勾選

	非 常 同 意	同 意	沒 意 見	不 同 意	非 常 不 同 意
	1	2	3	4	5
1. 您瞭解臺中市有規劃休閒專用區的計畫.....	<input type="checkbox"/>				
2. 臺中市有規劃開發休閒專用區之需要.....	<input type="checkbox"/>				
3. 臺中市政府規劃休閒專用區的方向正確且積極.....	<input type="checkbox"/>				
4. 臺中市政府在規劃休閒專用區前應先探詢市民的態度.....	<input type="checkbox"/>				
5. 休閒空間需朝專用區及整體規劃之必要.....	<input type="checkbox"/>				
6. 休閒專用區規劃之休閒產業類別大都符合需求且多樣.....	<input type="checkbox"/>				
7. 高鐵台中烏日站能為休閒專用區帶來休閒消費人潮.....	<input type="checkbox"/>				
8. 您認為臺中市規劃設置休閒專用區，將來主要來此空間的休閒者或遊客為： <input type="checkbox"/> 臺中市民 <input type="checkbox"/> 臺中市鄰近縣市人民 <input type="checkbox"/> 全國人民 <input type="checkbox"/> 國際人士 <input type="checkbox"/> 其他_____					
9. 休閒專用區的規劃開發能活化都市機能.....	<input type="checkbox"/>				
10. 休閒專用區的規劃開發能促進經濟發展	<input type="checkbox"/>				
11. 將來您至該區參與休閒的活動可以增加心情的愉悅	<input type="checkbox"/>				
12. 將來您至該區參與休閒的活動可以提昇生活品質	<input type="checkbox"/>				
13. 將來您至該區參與休閒的活動可以提高社會地位	<input type="checkbox"/>				
14. 規劃特殊娛樂服務業(八大行業)空間將有助經濟發展	<input type="checkbox"/>				
15. 規劃設置博奕設施業空間將有助經濟發展	<input type="checkbox"/>				
16. 政府應鬆綁博奕相關法令，允許博奕設施業設置營業	<input type="checkbox"/>				
17. 政府應鬆綁特殊娛樂服務業(八大行業)相關法令，允許 特殊娛樂服務業(八大行業)設施營業.....	<input type="checkbox"/>				
18. 特殊娛樂服務業(八大行業)營業對社會不會有傷風敗俗 的負面影響.....	<input type="checkbox"/>				
19. 博奕設施業營業不會有傷風敗俗的負面影響	<input type="checkbox"/>				
20. 休閒專用區的規劃設置將可能增加您的休閒參與機會	<input type="checkbox"/>				
21. 休閒空間集中整體規劃會增加您前往的意願	<input type="checkbox"/>				
22. 將來您會前往特殊娛樂服務業(八大行業)空間消費休閒	<input type="checkbox"/>				
23. 將來您會前往博奕設施業空間消費休閒	<input type="checkbox"/>				

24. 將來您會對休閒專用區的規劃開發的發展進度關心注意
25. 將來您會對休閒專用區的各项休閒活動關心注意……
26. 交通便利會增加您前往休閒空間的意願……
- 您希望從您的居住地多久可到達您的休閒地點? _____ 小時

第二部份：為瞭解您對休閒專用區擬引進之各機能類型項目空間規劃的偏好，請您依您所偏好的選項勾選

1. 以下為休閒專用區之使用分區的空間規劃，請挑選您所偏好空間規劃（可複選）
- 時尚商街專用區（第一種休閒專用區） 商務服務專用區（第二種休閒專用區） 複合式商業專用區（第三種休閒專用區） 休閒餐飲專用區（第四種休閒專用區） 綜合娛樂專用區（第五種休閒專用區） 流行音樂中心 臺中香榭大道 生態綠地
2. 以下為休閒專用區引進之產業機能類型空間，請挑選您所偏好的產業別空間（可複選）
- 獨門獨院住宅 多戶住宅 文化教育設施 社區遊憩設施 衛生福利設施 公益性設施 社區安全設施 公用事業設施 人民團體 文康設施 日常用品及一般批發零售業 時尚零售業 綜合零售業 餐飲業 日常服務業 一般事務所 文化藝術工作室 金融保險業 娛樂健身服務 特殊娛樂服務業 住宿業 觀光旅館 國際觀光旅館附屬之博奕設施 主題遊樂園 其他與都會娛樂產業有關且經市府許可者 其他_____

第三部份：以下是有關您的背景資料，僅供研究之用，絕不會外洩，請安心勾選。

1. 性別 (1) 男 (2) 女
2. 年齡
- (1) 20 歲以下 (2) 20-30 歲 (3) 30-40 歲 (4) 40-50 歲
(5) 50-60 歲 (6) 60 歲以上
3. 教育程度
- (1) 國中以下 (2) 高中(職) (3) 專科 (4) 大學 (5) 研究所以上
4. 現在目前職業
- 軍、公、教 (2) 工 (3) 商 (4) 自由業 (5) 家庭主婦
(6) 農 (7) 學生 (8) 其他_____
5. 請問您居住在臺中市那一區
- (1) 中區 (2) 西區 (3) 南區 (4) 北區 (5) 東區 (6) 西屯區
(7) 南屯區 (8) 北屯區 (9) 臺中市以外
6. 婚姻狀況
- 未婚 (2) 已婚
7. 請問您每週的休閒次數
- (1) 一次以下 (2) 二次~四次 (3) 五次~七次 (4) 七次以上
8. 請問您的每月可運用於休閒娛樂之金額大約多少?
- (1) 3000 元(含)以下 (2) 3001-5000 元 (3) 5001-10000 元
(4) 10001-20000 元 (5) 20001-30000 元 (6) 30001-40000 元
(7) 40001-50000 元 (8) 50001 以上