

臺中市政府 96 年度
自行研究發展報告

公共設施市場用地開發或廢除準則研擬

研究單位：臺中市政府經濟局

研究人員：龍明成、宋茂榮

研究日期：中華民國九十六年八月三十日

目錄

第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

第二節 研究流程與方法

第二章 相關文獻回顧

第一節 零售業發展理論回顧

第二節 相關研究論文報告

第三章 法令分析

第一節 上位及相關計畫

第二節 相關法令

第四章 國內外相關案例經驗分析

第一節 國內外市場用地規劃設置

第二節 台北市、高雄市、台南市市場用地規劃檢討案例

第五章 台中市市場用地規劃管理政策分析

第一節 台中市市場用地規劃管理政策分析

第二節 台中市市場大事紀

第六章 研究結論與建議：都市計畫、市場用地開發或廢除準則研究

第一節 台中市零售市場發展或廢除評估項目及指標

第二節 量化標準及得分表

第三節 建議事項

第一章 緒論

台灣的傳統零售市場因循日本留下來之制度，政府來台以後，將「市場」列入都市計畫內「公共設施」範疇，為台灣的都市計畫奠定了基礎，然隨時間的演變，使得都市計畫相關的政策與法令規定，漸不合時宜，此外民眾對於生活環境品質要求的提升，也突顯公共設施之重要性，而為了提供優質的生活環境與充足的公共設施，都市計畫的規劃確實需要作檢討與改進。

第一節 研究動機與目的

一、研究動機

早期傳統市場雖擔負著都市計畫中市場部門角色，惟隨都市生態急速變動，消費者購物習慣趨多元化，使傳統市場失去其都市計畫下應有的市場機能，且民間設立之量販店、超級市場、攤販集中區等數量已超過政府開闢零售市場數量，與政府畫設之零售市場具有替代功能，政府行政資源如仍不斷挹注開闢零售市場將形成資源浪費，爰進行公共設施市場用地開發或廢除準則之研擬。

二、研究目的

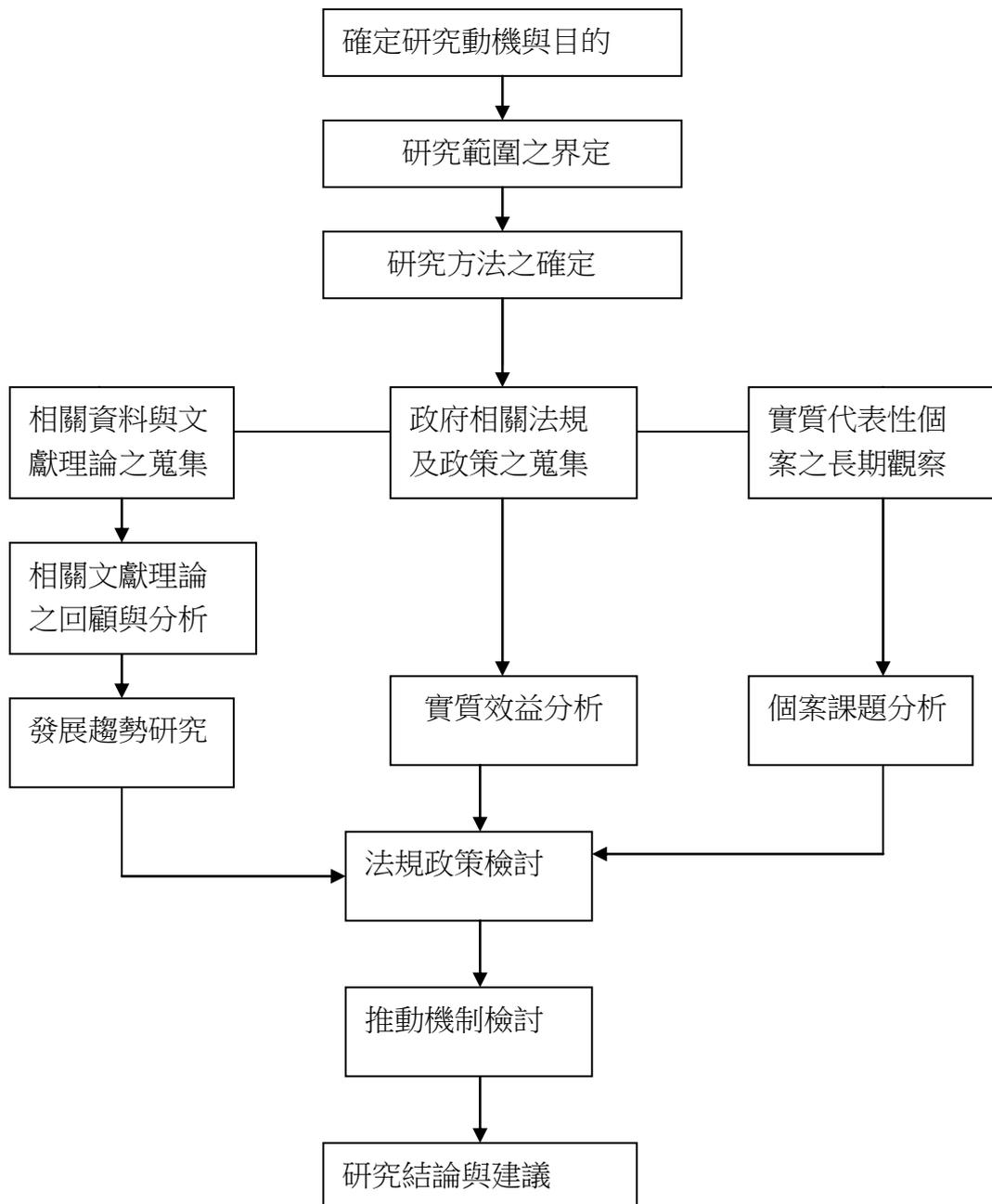
依據上述的研究動機，本研究針對都市計畫公共設施市場用地，作深入檢討並著重開發或廢除準則之提出，以提供辦理都市計畫公共設施市場用地變更之參考依據，因此本文之研究目的如下：

〈一〉調查、蒐集詳盡有關於影響土地使用之相關資料，藉以作為
適宜性分析之基礎。

〈二〉提出都市計畫公共設施市場用地開發或廢除準則，提供未來
辦理都市計畫之參考。

第二節 研究流程與方法

一、研究流程：



二、研究方法：

1、文獻回顧法：

有關傳統市場之相關研究與理論，採用國內外既有之文獻〈包括論文、期刊〉回顧與歸納。

2、法令分析：

經濟部商業司所擬訂傳統市場發展政策，為台灣省所有縣市的上位指導方針，各縣市依循此方向來進行傳統市場的更新與改造。

3. 比較分析法(國外相關案例經驗分析)：

針對國外市場規劃設置、市場用地檢討情形、及國內市場開發經營之相關案例加以了解，以吸取相關經驗參考。

第二章 相關文獻回顧

第一節 零售業發展理論回顧

在西方零售學中，零售業結構演變的有關理論是發展最早、也較為完善的理論之一。零售組織變遷的理論可以分成許多種類，但是廣義上可以分為三大類。即環境理論，周期理論以及衝突理論。環境理論強調零售業的變化是其所在環境的函數。周期理論是從最一般的角度提出了零售業發展的周期性特點。衝突理論主要探討在新的零售組織出現的時候新舊組織之間的對立問題。以下對零售學界的三個主要

理論流派加以概述。

一、環境理論：

環境理論(E n v i r o n m e n t a l t h e o r y)認為，零售業態的發展變化是由經濟、人口、社會、文化、法律及技術等環境條件的變化決定的。環境理論的主要代表人物是瓦蒂南比拉奇(G · H · W a d i n m a b i a r a t c h i)，他在康迪夫(E · C u n d i f f)對20個國家的實証研究成果的基礎上，提出了“零售業態的革新隻發生在經濟高度發達的國家，其他國家則隻能移植這種革新，而能否移植成功則與經濟發展水平直接相關”，以及“零售業態是近期環境的函數，而零售業的經營方法與技術則是周圍環境的函數”等命題。在研究方法上，環境理論的研究可以分為兩派：一部分學者研究零售業的變化與人均收入水平、就業水平、城市化水平、人口規模、人口密度以及人口增長率等社會經濟變量之間的關係。羅森布魯姆和斯蒂夫門把這種研究方法稱為宏觀零售學(m a c r o - r e t a i l i n g)；另一派學者採用定量研究零售業的方法，重點研究環境組合的某一個具體因素對零售業的影響。其中許多模型描述了經濟發展與零售業結構之間的關係。如巴克林(B u c k l i n)的經濟發展階段與零售結構之間函數關係的模型。

1、調整理論

調整理論 (Adjustment theory)，又稱為自然選擇理論，是杰斯特 (Gist) 將達爾文的“生物進化論”移植到流通領域，試圖將零售轉輪理論和零售生命週期理論納入其理論體系，強調環境變化在零售組織結構演變中所起的作用，提出零售業中的自然選擇理論。它是從美國零售商業的實踐中總結出來的一種理論假說。調整理論認為，一種零售業態越能適應消費者的特性(民主性、社會性、經濟性、文化性)、技術、競爭等主要環境的變化，其生存的可能性就越高。只有最能適應當前零售環境的零售企業才最有可能避免失敗。這是一種經濟學上的自然選擇過程。德里斯曼 (Dressman) 對這種達爾文主義的機構演化理論作了進一步的闡述。他認為，零售業態與生物物種具有相似性：二者都能正確地把握其產生的時間與地點；革新或突然變異的邊界很清楚；二者自有適應時代或環境的變化才能生存。

零售自然選擇理論比其它理論考慮了更多的影響零售業結構演變的因素，而且它能夠更令人信服地解釋為什麼不同的環境裡會有不同的零售組織和不同的零售組織結構。它的主要缺限在於，無法解釋為什麼相同的環境裡會有如此不同的零售組織。

2、生態零售理論

最近，馬金 (Markin) 和鄧肯 Duncan 提出了生態零

售理論，研究了零售業態之間的寄生關係。該理論認為，一種業態的存在要依賴於其他業態。不同零售業態之間既有競爭關係又有相互依賴。他們作為購物中心共同的承租人共同分享同一共生環境，又在從自願連鎖，集中採購等相互的依存關係中獲益。

不容否認的是，生態零售理論具有廣泛的適用性。但是，這一理論還沒有得到證明現在零售組織在零售環境監測、長短期零售環境預測方面花費了很多精力和資源。零售企業通過戰略調整來適應零售環境的變化。這個理論的得意之處在於比較注重零售組織的變化。

二、循環理論

循環理論的各種流派都注意到了零售業組織演進以及早期競爭過程中的周期性變化，循環理論以注重組織變化的調查為主要特點。主要的循環理論流派包括手風琴理論、零售之輪理論、零售生命週期理論、真空地帶理論和兩極化理論。

1、“零售之輪”理論

早期的零售業態演變理論是將零售業態的演變視為新舊業態不斷交替、反復循環的過程。其中最具影響的是“零售之輪”(wheel of retailing hypothesis)理論，該理論被認為是對零售機構變革的最權威的解釋。“零售之輪”假說是由零售理論研究之父——哈佛大學教授馬爾考姆·麥克奈爾Malcolm

o l m P M c N a i r 提出。它是至今為止最為人們所熟知的解釋零售業組織結構演變的一種理論了。該理論被認為是對流通領域零售機構變革的最權威性的解釋，其側重點是闡述零售業中價格——投資效益關係。

零售之輪的理論可歸結為：各種零售業態都是由價格訴求轉為商品組合訴求，再轉為服務內容訴求的反復運動過程。“零售之輪”主要用以說明新業態是如何進入市場，又如何向舊業態挑戰的。零售轉輪理論提出以後，許多人對其加以驗證，發現了許多與此理論相符的實例，有很多業態的變遷與零售輪假說相符，也正因為如此，從而使零售輪假說成為一個比較有說服力的解釋零售業態變遷的理論模型。“零售之輪”理論解釋了零售業態的循環過程。歷史上百貨店、連鎖店、超級市場、折扣商店等零售業態當初都以低毛利、低價格作為競爭手段而出現在市場上，之後隨著成長需要，逐步擴充各種商品組合或服務項目內容，並提高價格水準的現象。許多人還從多方面對其必然性加以論證。

但是，“零售之輪”理論事實上沒有解釋零售業態產生的市場條件，把成本和價格當做決定零售組織演變的唯一變量，顯然是把復雜的經濟現象過於簡單化了。他們發現許多零售形式的演變並不是按照零售之輪在轉動的，而且不能解釋所有零售業態的變遷過程。發展中

國家的超級市場和其他現代化商店、美國的郊外購物中心、日本的方便店等都是面向中、高收入階層，以高價格進入市場的，並不符合零售輪假說中創新型零售業態都是以低價格開始進入市場的條件。這是“零售之輪”假說所無法解釋的現象。還有人不反對這一理論，但認為零售組織按照轉輪轉動的速度正在減慢，因為許多零售商已深諳這一理論，他們試圖在轉輪中找一個合適的位置，然後長久地呆在那裡。縱觀西方國家零售業態的發展，它們的業態群體出現了零售業態的多樣化、差異化、細分化、連鎖化和國際化等特點。業態之間並沒有出現相互取代，而是多種業態並存，相互補充。每一種零售業態都是構成現代商業零售體系不可缺少的部分。它們各具特色，有著明確的分工和特定的市場定位。更為重要的是，這種動力目標的突出往往會造成新業態的產生是在“利潤最大化”上的改進，而忽視了消費者的需求。

2·手風琴理論

手風琴理論早在1943年就有人提出了，布蘭德(Brand E)於1963年對其進行完善，1966年赫蘭德(Hollander S·C·)則將其命名為零售手風琴假說。赫蘭德借助手風琴在演奏過程中重復地被張開和合起描述了零售組織結構的演變的過程。零售網點提供的商品組合由寬變窄，再逐漸由窄變寬，就像拉

手風琴一樣。“在整個零售業發展歷史中，似乎具有主導地位的經營方法存在著交替現象。一方面是向單個商號經營商品的專業化發展；另一方面是從這一專業化向單個商號經營商品的多元化發展。”手風琴理論說明商品組合的變化比價格更能說明業態的演化，而百貨店、專業店、購物中心的出現都符合了該理論。

但是，手風琴理論表面上是在描述業態群體從綜合化到專業化再到綜合化的不斷張合變化的過程？實際上該理論只是解釋了新的業態怎麼出現的。零售手風琴理論並沒有彌補零售轉輪理論過於簡單化的缺陷。零售業態的變遷過程，並非像零售手風琴假說所描述的那樣是綜合化——專業化——綜合化的反復交替。事實上，綜合化與專業化是同時並存的。同時，該假說也沒有對商品組合為什麼擴大或縮小進行解釋，也沒有考慮到消費者對業態的反應及偏好問題。除此之外，它還有一個致命弱點，它所給出的影響零售組織結構演變的決定性因素——商品組合的寬窄，只是零售組織結構演變的一種現象，而不是真正的原因。因此，此理論只適合於描述零售組織結構的演變，而不適合於解釋、更不適合於預測零售組織結構的演變。

3、生命周期理論

零售生命周期假說 (Retail life cycle hypothesis) 是1976年由美國的戴韋森 (William

Davidson W· R·)、伯茨(Bates A· D·)和巴斯(Bass S· J·)三人共同提出的。該假說認為，如同產品生命周期一樣，零售機構也有生命周期。隨同時代的發展，零售機構也經歷了創新、發展、成熟、衰退的不同階段。零售機構生命周期還具有循環性的規律，呈現周期性交叉循環。一種零售組織所處生命周期的階段不同，其市場特點以及屬於該種零售組織的企業應該採取的行動策略有別。同時，該假說以美國的零售業為研究對象，指出各種新型業態從導入期到成熟期的過程正在逐漸縮短。如綜合化與專業化循環就反映了這個規律。

零售業態的生命周期理論則解釋了現有零售業態是如何發展的，以及該零售業態為什麼會這樣向前發展。該理論把零售生命周期理論則將變化的動力歸之於許許多多不同的因素，如價格周期、市場環境、宏觀經濟波動等等。使其零售生命周期理論具有更強的解釋能力。

該假說沒有明確指出零售業態發展、變遷的決定因素，即對零售業態為什麼變遷，以及為什麼存在著生命周期等問題，沒有進行明確的說明。此外，該假說也沒有考慮消費者的反應及偏好對零售業態變遷的影響。梅爾(Mason and Mayer)於1987選擇了美國十多種不同的零售組織，對這一理論加以解釋和驗證，發現不

同的零售組織處於生命周期的不同階段?同時發現從創新期到成熟期的時間間隔正在變短。

第二節 相關研究論文報告

以下就國內相關文獻中有關零售市場之消費者行為變遷及傳統市場目前面臨的經營問題等，加以整理分析，以對零售市場之發展前景提供相關的基本認知。

一、市場消費者行為變遷方面

由以下相關文獻可知，國內傳統零售市場的客群，已逐漸萎縮，部分已由 70 年代出現的超市及 80 年代出現的量販店所取代，經以下相關可了解，最常光顧的市場類型，選擇以傳統零售市場為採購地點的消費者由七〇年代的七、八成比例降至九〇年代的四、五成比例。

(一)七〇年代

1、從民國 71 年「台北市零售市場服務水準指標建立之研究」及民國 78 年「台北市生鮮食品消費行為之研究」相互對照比較下，可發現 78 年時，無論民間企業自行設立的超級市場或市政府興建的超級市場均較 71 年時大量增加而消費者選擇超級市場為生鮮食品之購買地點之比例亦直線上升，而選擇傳統市場購買之比例緩慢下降，向攤販集中場購買之比例，減少最大。

表 2-2-1 台北市民選擇生鮮食品購物地點變動表

	71 年 2 月 (%)	77 年 2 月 (%)	變動比例 (%)	備註
傳統零售市場	70.50	49.54	-29.73	緩慢下降
攤販集中場	19.70	11.00	-44.16	
超級市場	2.10	30.78	1365.70	急劇提昇
其他	7.70	8.30	5.2	

資料來源：何肇喜，都市計畫公共設施零售市場用地再開發機制之研究(1996)，台灣大學土木工程研究所博士學位論文

2、依據哈佛企管顧問公司市場調查中心 1986 年對超市購物者的消費型態調查報告中指出，除了在超級市場購買物品外，82%購買者仍到傳統市場購買新鮮魚肉及蔬菜水果。

3、高雄市政府研究發展考核委員會於民國 77 年委託國立中山大學企業管理系對高雄市零售市場管理與設施規劃問題之研究，其中有關消費者最常光顧的市場類型調查分析結果，有 70.87%市民以公民營零售市場為主要採購食物的地點。

(二)九〇年代

1、依據莊順源在「改進傳統市場經營管理方式之調查研究—以高雄市公有傳統市場為例」(國立中山大學政治學研究所在職班碩士論

文，91年6月)，針對高雄市市場消費者行為分析，高雄市民較喜歡光顧的市場類型中，傳統市場佔44.4%，超級市場佔55.6%

2、依據楊淑媚在「以消費者行為探討傳統零售市場發展定位與對策——以台南市為例」(國立成功大學建築研究所碩士論文，91年6月)，對台南市傳統零售市場消費者行為之調查分析，最常去的為傳統零售市場44.06%，其次為量販店24.26%與超市14.85%。

3、整個亞洲中，在五個國家中包括台灣、泰國、韓國、中國大陸以及馬來西亞，量販店成了主要消費管道，大約有45%至60%的都會家庭消費者會到量販店採買消費性商品。根據2005年AC尼爾森消費者購物行為調查，新興通路成為都會家庭主要採購管道，其中，45%至60%的民眾選擇前往量販店購買，每月造訪次數達2至4次，且逐年成長。

這項由AC尼爾森在2005年9月8日至10月5日間，在台北、台中、高雄三大都會區進行的消費者購物行為研究，總共成功地訪問了1,015位台灣本島15至65歲民眾在包含量販店、超市、便利商店、傳統市場、全聯社/福利中心在內的零售通路購買生活日用品及食品之購物習慣。

AC尼爾森「消費者購物行為調查」也顯示，2005年生鮮商品已佔台灣消費者消費支出的55%，但固定會去傳統菜市場採購生鮮商

品的消費者比例逐年降低，而量販店卻相對地獲得了傳統市場所流失的客群，因為固定會去量販店採買新鮮肉類與生鮮魚肉海鮮比例增加不少。因此，未來值得觀察的是，傳統菜市場是否能維持生鮮優勢，而對現代通路而言，如何好好經營發展生鮮商品區正是決勝的關鍵。

通路的地點與便利性是消費者選擇通路時的首要考量。但若在地點上無法取得優勢，提供完整的商品組合、良好的商品陳設以及提升服務水準，是可以加強競爭力的三大方法。

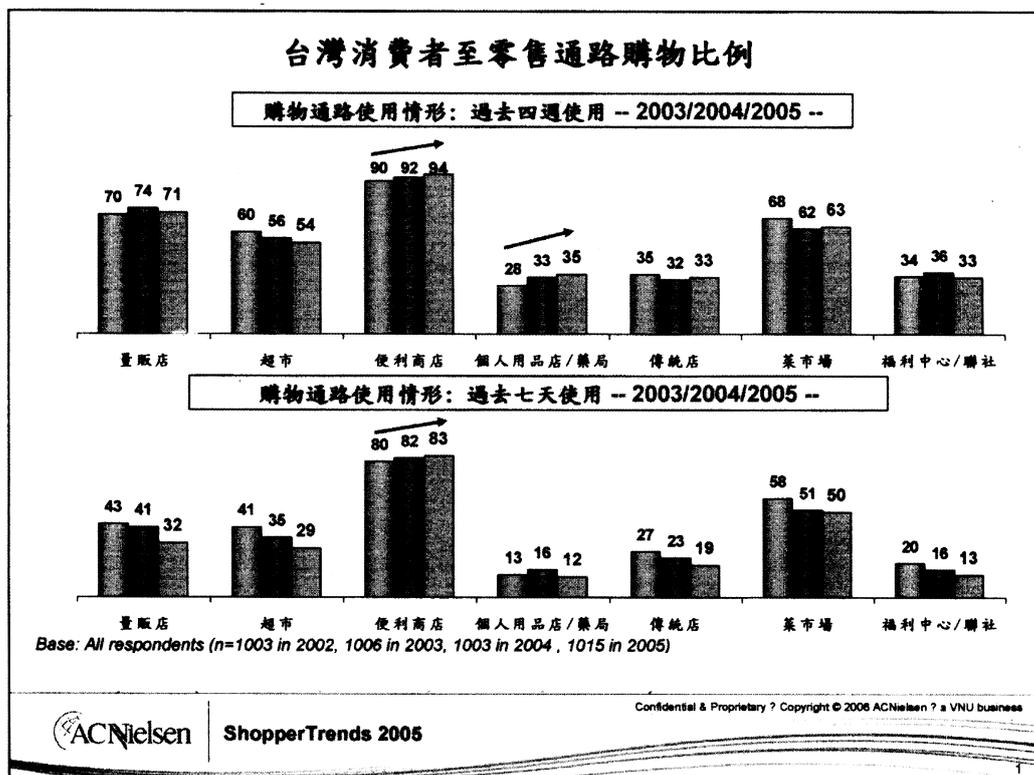


圖 2-2-1 台灣消費者至零售通路購物比例變化

4、談到台灣三大零售通路未來，全台量販店龍頭家樂福全國開發總監田中玉直指：「以後將是量販店與超商的時代，超市生存空間只會

愈來愈小！」家樂福表示，以採購議價能力而言，十家超市才能與一個量販店抗衡；以銷售品項而言，量販店約有七萬四千種，超市僅約一萬種，這兩項都難與量販店抗衡。田中玉說，要「便利」，消費者會去全台據點已達九千個的超商；要「便宜」，民眾會在周末開車到量販店採買兼遊玩，「沒有便利與便宜，超市還能提供什麼功能？」田中玉說。

5、依據李美穎「黃昏市場之空間活動-以大里市為例」（國立台灣師範大學地理學系碩士論文），針對消費者選擇以黃昏市場作為購買生鮮日常物品地點的動機方面，以覺得交通方便、購物時間方便所佔的比例最高，各為 64%、62.3%。其次，停車容易、商品種類多、熟食商品多、價格便宜等，各佔有 43.4%、32.9%、31.7%、31.1%。可見，黃昏市場對消費者最大的吸引力在於時、空方面的方便性，距離近、交通便利，是消費者最主要的考量點。另一方面，也反映出目前大里市傳統市場數量之不足，以及無法滿足民眾因就業結構改變而隨之改變的消費方式。而由於不少消費者使用汽、機車等交通工具，於是市場是否具備方便的停車環境，也是影響消費者的選擇動機。如前述，熟食商品是黃昏市場之一大特色，亦是吸引消費者的一大原因。

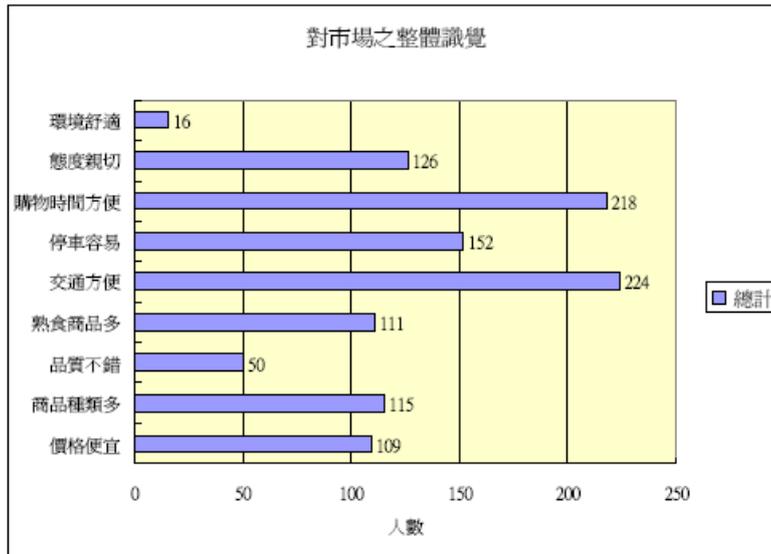


圖 2-2-2 大里市黃昏市場消費者對市場之整體識覺

二、傳統零售市場之營運課題方面

有關國內傳統零售市場之營運課題方面，相關之文獻探討結果如下：

(一) 田小楨在「台北市公有傳統零售市場營運現況之調查評估——兼論高、低競爭強度的比較」(1999，國立台北大學企業管理學系碩士論文)中認為：目前公有傳統零售市場普遍存在的問題，如傳統市場的營運方式十幾年來改變不大，未能符合現今社會的生活型態改變的速度；職業婦女的增加，朝九晚五的生活型態與傳統零售市場的營運時間(通常在早上營業、下午即收攤)不能相配合，導致消費人口大量流失的問題產生；另外又如傳統市場沒有區隔前、後場之別，導致衛生條件不如超市的明亮度，因此，市場不斷的萎縮；再者，傳統零售市場並沒有將市場特色表現出來，如強調市場產品的新鮮度、服務親

切等，這些特色並未被適度的表現出來，實為可惜。

(二)陳世輝先生(1999年6月)在創造傳統市場的春天刊登之「傳統零售市場再造再生—兼談現代政府服務機制」一文中談到傳統零售市場受攤販環伺、超市及量販店林立等競爭影響，加上國民所得提高、家庭結構改變等因素導致消費者購買習慣的改變，傳統市場的經營較之以往是漸趨困難了。尤其標榜明亮、潔淨、寬敞、貨色齊全、自助式服務的超級市場，近年來急速竄起，搶攻國內二仟億元的零售市場大餅，其連鎖式的經營，大大降低了進貨成本，衍然已成為傳統市場最大的競爭者。

(三)殷寶寧(1993)認為：由於傳統市場在歷經四、五十年的環境變遷，面對多元化的商業活動和都市化的發展結果，突顯出經營地點不良、市場面積過小不敷使用、開放時間過短、不符職業婦女的需求、相關設施與設計上有所缺失、市場建築物使用年限過長、缺乏安全設施的考量等缺點，而搭蓋棚架老舊市場、工程品質惡劣、不符土地分區使用之相關法令亦是傳統市場發展上常遭遇的問題。

(四)美和技術學院企業管理系蔡玲瓏、吳佩純、王美雲、翁嘉孺等人在「傳統市場與超級市場顧客通路選擇行為之分析—以內埔地區為例」一文中指出，傳統市場在當前面臨的問題如下：

1. 受到新興便利商店、超市及量販店的影響台灣地小人稠，適合零售

業生存，隨著近年來國人生活水準的大幅提升，各式現代化大型及連鎖賣場，在財團投資，並引進外國管理技術及專業人才後紛紛設立，使得傳統市場面臨極大的競爭壓力。

2. 進貨成本高，產品價格缺乏競爭力傳統市場無法藉由大量進貨來壓低價格，而價格對集客力的影響舉足輕重，像超市及便利商店等，都常在特定時期推出某些特價商品，吸引顧客上門，而傳統市場則因進貨量小，以致無法取得價格競爭優勢。

3. 未能開立統一發票，且購物時間較久顧客對於統一發票索取的情形，逐漸普遍，而傳統市場多數未能開立統一發票，影響客源。另一方面，顧客購物時，需向老闆詢問，經由老闆拿取，再轉交客戶，來往之間，較耗費時間，在講究速度的考量下，顧客較不願意前往傳統市場處購物。

4. 自然淘汰：道路拓寬及房屋改建，導致傳統市場，無法再經營下去，或改做其他行業，於是便自然淘汰掉了。

5. 空間狹小、商品不夠齊全、購物環境較差。

(五) 李盈錫在「量販店經營型態與行銷組合之研究」(92.07，中原大學企業管理系碩士學位論文)中指出，高效率的零售時代已經來臨，國內通路經營之發展是近年來才快速成長的，其中直營大型量販店的興起，使得通路的階層扁平化，從傳統的三階或四階的通路，變

成目前只有二階的通路，這樣可省去中間商的剝削，而量販店業者可以直接將價差回饋給消費者，因此這樣的經營型態，業已成為國內零售業的主流。它的影響正透過消費者習慣的改變，而對其上下由產業產生全面性的衝擊。這種透過規模經濟以及範疇經濟的運用，大幅提昇整體的經營效率，這種強而有力的競爭優勢，席捲傳統產業。

第三章 法令分析

第一節 上位及相關計畫

一、中央之上位計畫

推動興修傳統市場及攤販集中場本來就是為中央重要政策之一，自 78 年度開始列入台灣省基層建設計畫積極推動，到 88 年台灣省政府改編精簡後，業務才移轉至經濟部中部辦公室。精省之後，台灣縣市市場輔導管理業務移至經濟部辦理，因此由經濟部商業司所擬訂傳統市場發展政策，為台灣省所有縣市的上位指導方針，各縣市依循此方向來進行傳統市場的更新與改造。

(一) 傳統市場更新與改善五年計畫

計畫年期：87~92 年

計畫單位：經濟部商業司

計畫內容：

本計畫主要以公、民有傳統市場為範疇，並以上述範疇中之公有傳統

市場為主軸，並透過示範性市場之建立，逐步推動傳統市場全面性的更新與改善，一方面保留住傳統市場原有之社區關係及人性化經營，另一方面在改革與輔導下展現傳統與現代市場兼容並蓄的新風貌，使市場經營更加具備活力，如此持續努力下，傳統市場仍是大有可為。

計畫目標：

1. 輔導建立示範性市場，產生示範效果，再由點擴及於面，達成全面性的更新與改善。
2. 營造公平競爭之商業環境，使傳統市場顯現揉合傳統與現代的市場新風貌，再創傳統市場經營春天。
3. 配合發展臺灣成為亞太營運中心計畫，改善國民購物環境，提升國民生活品質，促進社會繁榮進步。

政策與方針：

1. 省市零售市場管理規則
2. 傳統零售市場振興方案
3. 基層建設興修建市場

表 3-1-1 傳統市場更新與改善五年計畫預期效果表

年度 預期效果 項目	87年~88年 架構佈建期	88年~90年 策略推廣期	90年~92年 行動發展整合
一、市場家數(含攤位數) 資料建檔	1.系統規劃 2.全面清查	電腦建檔(全部 建檔完成)	資料更新
二、市場更新改善家數 (處) (一)示範市場 (二)市場更新改善數	3處↑	13處↑ 15處↑	13處↑ 35處↑
三、市場更新改善成果展 示(次數) (一)舉辦示範市場觀 (二)舉辦市場經營促銷 活動		5處↑ 8處↑	15處↑ 18處↑
四、輔導攤商數(市場改 建時遷往他市場營業或轉 業及改建後攤商進駐或改 變經營方式等)	300攤↑	1000攤↑	2500攤↑
五、現代化經營理念宣導 (人次)	1000人次↑	2500人次↑	3500人次↑

(二) 92年度至94年度現代化零售市場興建工程三年計畫

經濟部商業司在傳統市場更新與改善五年計畫推行兩年後，在89年提出新的方案，並在91年確立提出「92年度至94年度現代化零售市場興建工程三年計畫」。

1. 計畫內容概述

經濟部在 89 年度時提出新的傳統市場改善方案：「90 年度至 93 年度零售市場及攤販集中場興修工程四年計畫」，但經經建會審議後，認為傳統市場亟需政府輔導改善，以促其轉型，邁向現代化，提供民眾優良的商業環境，因此建議經濟部協調縣、市政府，選擇三至五處辦理示範性零售市場或攤販集中場之興修，因此重新擬定具示範效果之「92 年度至 94 年度現代化零售市場興修工程三年計畫」。

內容如下：

表 3-1-2 零售市場興修工程三年計畫

項目	內容說明
計畫緣起	從經濟面考慮，由企業財團投資經營現代商場即可取代民生用品供應問題但從社會面考量，則零售市場提供數十萬民民生計
計畫目標	現代化零售市場可兼顧經濟面與社會面，促進地區均衡發展與加速傳統零售市場轉型邁向現代化
計畫內容	計畫於北中南東四區，興建十處現代化零售市場，作為示範。
興建條件	在縣不得少於 0.5 公頃，在省（直）轄市不得少於 0.3 公頃 建築不得超過兩層樓 營業項目約 80-120 項 每處市場至少容納 200 攤 影響範圍可達半徑 10 公里，人口數約 15 萬人
法規依據	依「地方制度法」第六十九條及「財政收支劃分法」第三十條規定，屬示範性且需地方府配合辦理，以均衡地方發展並因應中央推動現代化政策，中央得酌予補助地方政府辦理。
配合方案	「傳統市場更新與改善五年計畫」與「改進攤販問題五年計畫」提供軟體輔導之配合。

資料來源：經濟部商業司現代化零售市場興修工程三年計畫

(三) 重建區零售市場經營管理輔導計畫—閒置市場再利用執行計畫

(91.04)，經濟部商業司

由於經濟景氣不佳，以及九二一地震的影響，重建區閒置市場、閒置攤逐年增加，逐漸形成地方政府的包袱之一，也同時造成許多社會問題，閒置市場與閒置攤的再利用已經成為社會大眾所正視的問題與焦點；本計畫之用意即在重建區選擇適閒置市場，提出再利用計畫，並充份活化利用閒置空間，重塑市場第二春。計畫目的概述如下：

1. 建立閒置市場的「示範性再利用」指標與典範：對於其他地區，未來發展閒置市場再運用，做為指標與典範。
2. 創造閒置市場(或閒置空間)的新活力。
3. 協助推動重建區商業的發展與繁榮。

本案由商業司委託中國生產力中心輔導閒置市場的再利用，其主要輔導工作與項目包括：

1. 場內整建規劃：如道路、動線、地面、天花、燈光、賣架、招牌、公設等之整修或部份新設等。上述整建工程屬必要性，且對市場之再利用有助益之工程。
2. 輔導推動工作：包括協助該閒置市場(或閒置空間)招商、教育訓練、建立組織、籌備開業、促銷活動等。

二、地方之相關計畫

在地方之政策計畫方面，台中市政府與市場用地規劃相關之計畫

有：台中市都市計畫第三次通盤檢討(91)、台中市第二市場改建及攤販輔導規劃案(91)、台中市第二公有市場改建規劃案(91.12)、台中市都市計畫第三次通盤檢討市場用地變更案調查分析報告(92.12)、台中市建國市場遷建可行方案規劃與評估案(95.04)、95年度台中市傳統市場競爭型改善評比計畫等。

第二節 相關法令

對於零售市場之發展，由國內外之都市發展過程中，可看出由兩個方向影響市場之發展階段：一是與都市計畫相關之公共環境需求改變時，二是與市場機制之商業環境競爭力改變時，而逐步進行調整。

關於零售市場有相當多的法規規定，因此對於市場之整建與新市場設置而言，都具有影響性；其屬性大致可區分為土地使用相關法規、公共設施開發法規、建築相關規則、零售市場相關法令、其他相關法令。

然而大多法規管理規範對於零售市場均為適用對象，但也有部份法令並非是針對市場為主要對象，而是在立法目標之配套的一環中，但仍對市場之發展有相當之影響，這些法規對於市場規劃與發展，從不同之層面影響市場，也因此使零售市場受到種種法令之規範與限制，以下將台灣省零售市場相關法令整理如下表 3-2-1：

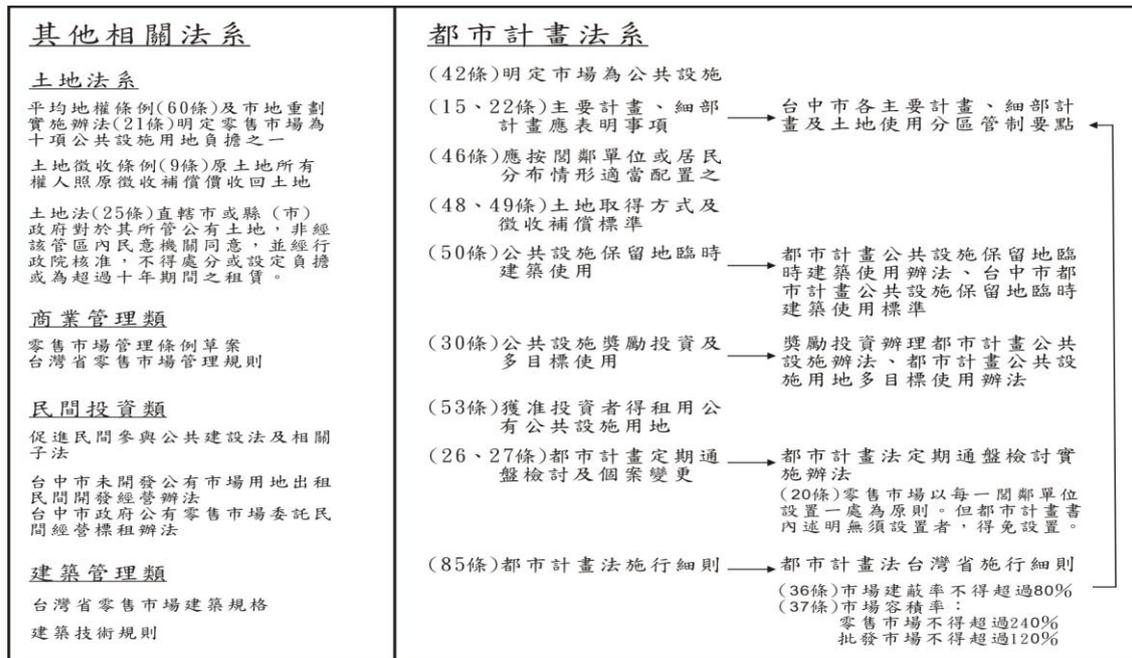


圖 3-2-1 零售市場相關法令體系圖解

表 3-2-1 適用於零售市場之相關法規分類與法條規定項目

適用法令	法令名稱	立法時期 (民國)	與零售市場相關規定 事項
適用土地使用相關法規	都市計畫法	77.7.15 總統令修正	劃設公共設施用地
	都市計畫法台灣省施行細則	71.6.29 台灣省政府修正	土地使用分區管制：商業區建蔽率十分之八 公共設施用地：市場建蔽率十分之八
	都市計畫定期通盤檢討實施辦法	79.9.7 內政部修正	零售市場之設置標準 零售市場停車空間設置原則
	土地法	78.12.29 總統令修正	公有土地之處分 土地使用之使用限制
適用公共設施開發相關法規	都市計畫公共設施用地多目標使用辦法	84.1.10 內政部修正	公共設施之市場可使用項目 公共設施之市場其准許條件

適用法令	法令名稱	立法時期 (民國)	與零售市場相關規定 事項
	台灣省獎勵興辦公共建設辦法	92.10.13 內政部訂頒	申請市場開發、設立程序零售市場為獎勵對象 所需公有土地可減收租金 投資資金 70%可貸款 投資人有養護公共設施之責任 可收入場費、設施使用費
	促進民間參與公共建設法	89.2.9 總統令公佈	適用重大商業設施項目 多項獎勵規定
適用市場設施建築行為之相關法規	台灣省危險市場整(改)建工作執行要點	74.7.5 台灣省政府修正 (已廢止供參)	市場整改處理事宜 私有土地取得方式 資金籌措方法
	台灣省零售市場建築規格	78.7.1 台灣省政府修正 (已廢止供參)	零售市場規劃設計規範 市場基地規模 市場建築設計與規劃原則規範 攤位規格之規定
	建築技術規則	78.5.5 內政部修正	市場基地規模 停車空間規劃原則 市場建築設計細部規定
零售市場相關法令	台灣省零售市場管理規則	88.6.30 經濟部訂定	公有市場之設立與管理 公有市場攤鋪位承租人之權力與義務

適用法令	法令名稱	立法時期 (民國)	與零售市場相關規定 事項
	台灣省各縣市鄉鎮轄市 公有零售市場組織準則	69.2.14 台灣省政府修 正	市場管理員工之 設置標準
	台中市公有零售市場組 織規程	89.6.14 台中市政府修 正	
其他相關法令	都市更新條例	87.11.11 總統令公佈	以劃定更新地區 為適用對象 給予容積獎勵 土地與建物減免 稅捐 協助資金籌措 可成立公司對外 招募股份

資料來源：由攤商經營探討傳統零售市場重建規劃成效評核之研究—
以台南市已重建之公有零售市場為例

相關法規對於市場空間規劃之影響性，會隨著市場發展不同階段，使法規之適用性不同，而由國內零售市場之發展過程分析，可將零售市場之發展區分為階段：

- (1) 用地設置階段
- (2) 設計規劃階段
- (3) 投資興建階段
- (4) 組織管理階段
- (5) 經營行銷階段
- (6) 重建再發展階段

而(1)(2)(3)(4)(5)(6)階段會受到不同法規之規範影響，而其影響之內容與項目分別整理如下表 3-2-2：

表 3-2-2 市場發展各階段所適用之法規與影響之主要內容

階段	市場發展過程	主要工作	主要影響的法規	內容
(1)	用地設置階段	都市計畫通盤檢討 土地取得	都市計畫法 都市計畫定期通盤檢討 土地法	土地使用、分區管制使用強度、設置標準建蔽率、容積率
(2)	設計規劃階段	現況調查 前置作業規劃 環境規劃 建築設計	都市計畫公共設施用地多目標使用辦法 參考台灣省零售市場建築規格 建築技術規則	停車空間設置 市場基地規模 攤位規格 設計原則
(3)	投資興建階段	籌資 適用之獎勵條件 經營構想方案	台灣省獎勵興辦公共設施辦法 促進民間參與公共設施法	市場設立許可給予稅捐獎勵 可收取入場費或設施使用費
(4)	組織管理階段	招商 組織自治會	台灣省零售市場管理規則 台灣省各縣市鄉鎮是公有零售市場組織準則 台中市公有零售市場組織規程	市場管理員工之設置標準
(5)	經營行銷階段	獎勵 增加集客	—	—
(6)	重建再發展階段	規劃設計 發展方向定位 發展策略	都市更新條例 都市計畫定期通盤檢討	給予獎勵 或協助資金籌措 或成立更新公司

資料來源：由攤商經營探討傳統零售市場重建規劃成效評核之研究—

以台南市已重建之公有零售市場為例

第四章 國內外相關案例經驗分析

以下針對國外市場規劃設置、市場用地檢討情形、及國內市場開發經營之相關案例加以了解，以吸取相關經驗參考。

第一節 國內外市場用地規劃設置

以下參考何肇喜先生「都市計畫公共設施零售市場用地再開發機制之研究」(1996，台灣大學土木工程研究所博士學位論文)、李常生先生「以零售市場與攤販經營發展探討公共設施市場用地存在適宜性——以台中市為例」(2004，文化大學市政暨環境規劃學系碩士論文)之相關文獻，來初步了解美國、日本、香港之市場規劃設置情形，並比較台灣與其差異。

一、美國

依據李常生先生在上述論文中針對留美之哈佛大學建築暨都市設計碩士、現任逢甲大學建築系講師高有誠先生訪談(93.04.12)有關「美國是否有市場用地？是否列入都市計劃公共設施用地內？」，其回應如下：

美國是一個完全資本主義的國家，所有的賣場、企業都是民營，現今只有郵局還屬於公有，其它企業完全已經民營，因此不可能經營市場。美國基本上在都市計畫內有劃出「四種商業區用地」，私人企業可以依照規定，興建不同種類的賣場。只是美國往往依照歐洲的移

民傳統，在都市區內，利用假日或較不影響辦公的時間與地點，在市府前廣場或不熱鬧的街道，每週定期(一至二次)舉辦農夫市場，所謂的農夫市場，乃是邀集本區的農夫，或者一般居民，將農特產品、相關加工品(如醃漬物等)集中本區以擺臨時攤的方式銷售。農夫市場內也可能將自製的技藝品拿來出售，南北雜貨、藝術品等往往也在其中。除了地方協會利用公有廣場、街道等舉辦以外，同時私人團體也可能利用自家的農場來銷售商品。以舊金山的農夫市場為例，舊金山有兩個農夫市場，都位於市中心金融區。每個星期，舊金山附近的農夫們，都會固定每週兩次滿載著他們所栽種製作的新鮮農產品，到舊金山市內固定的地點搭帳棚，露天販賣各式商品，琳瑯滿目、五花八門，農夫市場可不是只賣青菜水果牛奶雞蛋之類的生鮮農產品，這裡賣的東西，相當富有雅痞風味，包括高級手工食品、鮮花及一些手工藝品，相當適合遊客買來作為旅遊紀念品。實際上美國有許多農夫市場已經變成為地區居民假日購物、休閒、消遣與交友、娛樂等多功能的場地，農夫市場多有唱歌、表演的藝術家，參加農夫市場猶如參加一場嘉年華會。美國人購買生鮮蔬菜的地方，有下列幾種地點：第一為農夫市場，第二為超級市場，第三為量販店。

二、日本

依據李常生先生在上述論文中針對曾留日之現任中國文化大學

市政暨環境規劃系所專任教授黃健二先生訪談(93.05.21)有關「日本傳統零售市場在都市計劃分區中的地位、日本都市計畫內有無「市場用地」？」，其回應如下：

1. 日本都市計畫內有都市設施這個名詞，在都市設施中有提到市場這個名詞，也就是說，市場是屬於都市設施的一環，然而在都市計劃分區中，又沒有「市場用地」。依日本都市計畫的發展來看，早期(約四、五十年前)尚有政府興建傳統零售市場，後來基於商業環境的考量，政府已不再興建市場。

2. 日本的菜市場面積不大，多以生鮮食品為主，而且以民間經營為主，菜市場或者生鮮專有市場，多存在於高鐵或捷運站的出口商店街上，或佔有一個店面，或佔有數個店面，也有存在於住宅大樓底層的店面內。百貨公司內的底層也有以類似傳統零售市場的型態經營者。日本的傳統零售市場內，禽肉多以冷凍包裝處理，並且清楚的標價，因此市場內乾燥，同時清潔明亮。許多市場內還備小小食桌椅，當場買生魚片、當場吃，非常新鮮。

三、香港

參考何肇喜先生「都市計畫公共設施零售市場用地再開發機制之研究」(1996，台灣大學土木工程研究所博士學位論文)之文獻，香港之市場設置情形如下：

(一)香港零售市場法規之分析

<1. > 香港零售市場可設於：

(1)經常准許可設之用地為：政府、團體及社區之用地

(2)須先向城市設計委員會申請，可能在有或無附帶條件之下而

獲准的用途之用地：

1. 商業、住商混合之用地

2. 住商用地(乙類)

3. 遊憩用地

<2. > 公有市場之規定內容，共 15 條，其規定之內容為政府有權

規定市場營業之時段，營業須經核准，可讓攤位給市民。

有關攤位之改變，修繕應經政府允許，有關管線工程應先申請，電力工程，建築工程、瓦斯工程由建築部門執行或經期認可之契約商，有關以上之工作、應受建築管理部門之指導，並應報告完工及受其監督。若未經允許而動工，應恢復原狀。

其攤位應有共同垃圾之收藏室，或子母車櫃。不得亂丟垃圾，不得阻礙或設障礙物，守公約，防止麻煩之事。不得在市場內吐痰，宰殺整理家禽或競賽。禁止有犯罪行為包括賭博，違禁藥，若有應於 90 天內解雇，並兩年內禁止雇用，罰則：罰款 \$ 1.500 或拘役 1 月。

<3. > 私有市場之規定有關內容為：

第一部份：

(1)本規定由區域議會訂定

(2)私有市場包括：店鋪、攤位、棚子(shed)圍場(pen)固定的排設施，廁所及其他構成市場之一部分之附屬物攤位包括棚子和籠子。

第二部份：

(3)私有市場應予註冊，議會有權否決每年七月一日應更新。

(4)市場建築和攤位非經允許禁止更動。

(5)維修市場

如被通知應於 30 天內修護完畢，否則被告知停止營業。

(6)私有市場位應限制數量及分類如有移轉攤位應通知政府單位否則將受罰。

(7)1. 新鮮的肉、魚、家禽、蔬果及類似的東西，除非經過議會的許可，一般及任何狀況均不得出租。

2. 所有買賣僅能在攤內及經議會允許之市場邊之場所內交易。

3. 私有市場均僅能零售，不作批發之生意。

(8)每年的會計

每年的 3 月 31 日申報稅務

(9)應懸掛中、英文執照在明顯處。

- (10) 議會可決定市場開 / 閉店之時間。
- (11) 應保持衛生，如太髒被告發應於 24 小時內騰開以便
政府派人清潔，費用由所有人支出。
- (12) 開放空間及進出走廊不可阻塞。
- (13) 任何人在市場內不得叫賣、喊價。
- (14) 小販不得在私有市場內銷售任何東西(禁止違法攤販)。
- (15) 禁止宰殺、砍動物之肉體。
禁止在私有市場處裡養清潔等禽肉亦不能遊戲，除非經過
允許。
- (16) 不能亂丟廢棄物。
- (17) 不能從由私有市場運送貨物至其它地方賣。
- (18) 禁止行乞及展示受傷，疼痛及生病的生體或不舒服的
形狀以達行乞之目的。
- (19) 禁止狗近入。
- (20) 不得有失序之行為。

第三部份執照及攤販者之義務

- (21) 必須領有執照才可營業。
- (22) 每年七月一日更新執照。
- (23) 所雇用的人及相片應向議會申報，資料之更新，並應

告訴警察或健康部門或區域服務部官員，監督其生產過程。

(24) 保持衛生及清潔、垃圾箱應由議會認同。

(25) 貨物不能丟棄或存放在攤位外面。

(26) 處罰規定

若有違反 4(1) ，5 條可判罰款 5000 元及 3 個月之坐牢，並在許可前每天加罰 250 元(港幣) ，及他 11~24 條之違反罰款。

(27) 違規執行機關以議會之名義執行之。

香港對市場有關之規定偏重於衛生，如垃圾、清潔、公共安全(不能有失序之行為) ，開店、閉店之時間及任意改變硬體(如管線工程) ，至於土地使用之分區可置於商業、住宅及遊憩區內，惟應受城市設計委員會之管制。

四、各國相關規定比較

由表4-1-1可知，美國、香港等國並無專屬之市場用地，而係將其視為一般商業設施，設置於許可之使用分區，日本則除批發市場仍列為公共設施外，零售市場已為其他商業設施替代。

表4-1-1 台灣與美國、日本、香港之市場用地設置比較表

項目	台灣	美國	日本	香港
----	----	----	----	----

都市計畫內有無專屬之「市場用地」	有 市場列為都市計畫公共設施(含批發及零售市場)	無	有 都市計畫令內尚有將市場列為公共設施，惟僅限於批發市場，零售市場已為其他商業設施替代	無
市場或類似設施可設置分區	市場用地或土地使用管制規定許可之分區	商業區用地		商業區、住宅及遊憩區
相關法令規定	零售市場管理辦法、都市計畫公共設施多目標使用辦法等	---	百貨店、超市、大規模小賣店之相關辦法	如前文
申請辦法	依土地使用管制規定、零售市場管理辦法、都市計畫公共設施多目標使用辦法等申請建築許可	私人企業可以依照商業區規定，興建不同種類的賣場	須經該地區工商會審議	須先向城市設計委員會申請

資料來源：本計畫整理

第二節 台北市、高雄市、台南市市場用地規劃檢討案例

一、台北市

民國 93 年針對台北市經檢討評估不具商機之零售市場共十五處，分析無商機原因，多位於市場二樓，或地下室之市場，或整個市場被攤商包圍，至無法發揮市場營運機能；另臺北市未開闢市場用地計十三處，十三處未開闢市場用地經檢討後，保留內湖市場、德明市場作為市場用地，洲子市場業已變更為停車場用地，瑞光市場則刻正由停管處辦理都市計畫變更作為停車場用地。

此十五處市場及十三處未開闢市場用地若經歐洲商會量販店會員廠商評析，認為有具備供量販店賣場之經營要件者，擬配合進行檢討其可行性，至場地相關都計建管、消防等事項仍應洽商主管機關辦理，另選定之市場場地如仍有攤商承租使用時，建議比照「臺北市公有傳統零售市場改建或停止使用核發補助費標準」規定之精神，發給每名承租攤商補助費，代替攤商之安置，以利市場場地騰空使用；若無攤商使用空置之市場，依「臺北市市有財產委託經營管理辦法」之規定，本應公開標租，但為促使本案之執行，得由市場處專案簽報。

二、高雄市

依據高雄市政府都市發展局 92.05.12 提出之「高雄市都市計畫二十處未開闢市場用地檢討分析報告」，其結論與建議如下：

1. 20 處本市已徵收未開闢之市場用地應以獎勵投資方式，統包予民間業者投資開發及營運，或變更為其他使用
2. 其營運方式建議採取社區連鎖生鮮超市模式。
3. 建物建議以鋼構為主，兼顧安全及時效。
4. 戶外空地部份建議綠化及提供休憩與停車功能。
5. 市場主管單位宜儘速依前述原則辦理

三、台南市

依據沈奎良之「台南市傳統零售市場發展評估研究之初探」，(國

立成功大學都市計畫研究所碩士論文92.06)，針對台南市之市場用地檢討建議如下：

1. 市場用地劃設重新檢討

由於社會結構轉變，台南市都市計畫規劃之市場預定地，是否符合當前都市發展需求，應要求相關單位作全面性之檢討。在新市區內新劃設的市場用地在不具發展潛力及尚未使用的情況下，建議予以解除管制。

2. 發展評估檢討

在都市計畫通盤檢討已停止對市場用地劃設的規劃下，建議對發展評估執行結果不佳的傳統市場用地予以廢除，變更為其他的公共設施用地，在考量執行層面的難易度上，可先由評定結果為「不具發展潛力」的 8 處市場先期執行。

原則上，將評定結果為「極具發展潛力」及「具發展潛力」等市場，列為往後傳統市場的發展重點，可嘗試以更新再利用結合社區發展與產業的方式，賦予傳統市場再生的契機。

第五章 台中市市場用地規劃管理政策分析

第一節 台中市市場用地規劃管理政策分析

國內市場用地的發展，如果和市政建設理念的演進相對照，可以發現，同樣地，市集(市場)的建設發展，也是歷經了「無政府」→「大

政府」→「小政府」的三階段歷程。從早期自然聚集形成的市集，到政府加以規劃、管制，於都市計畫中依據閭鄰單元的概念預為劃設市場用地然後循序開闢，再到政府因財力不足及計畫與實際發展、需求的落差而開始獎勵民間投資興建或乾脆再經由都市計畫程序檢討撤銷不必要的市場用地。

隨著前述市政建設理念從「大政府」到「小政府」的演進，再就我們對台中市近 30 年來市場用地規劃管理政策演變的觀察結果歸納整理後，可以將之區分為六個階段歷程，姑且稱之為台中市的「市場塑(瘦)身六步曲」，就如同前台中市副市長張景森曾形容台中市是個「虛胖的城市」一般，過去都市計畫劃設的市場用地也因為政府財力不足、計畫與實際發展需求的落差或消費型態轉變等因素，形成許多市場用地劃設一、二十年仍未開闢或興建完成後閒置的「虛胖」情形，而需加以瘦身苗條，茲將其瘦身過程說明如后：

台中市市場塑(瘦)身六步曲

- | |
|---|
| (一)獎勵民間投資市場多目標開發
(二)公有市場民營化(閒置市場再利用)
(三)未開發公有市場用地出租民間開發經營
(四)未開發公有市場用地 BOT
(五)老舊市場更新(市場改建)
(六)市場用地檢討變更為其他分區或公共設施
用地 |
|---|

(一)獎勵民間投資市場多目標開發

為加速都市計畫公共設施用地之建設，鼓勵民間投資興建使用，

促進公共設施用地作多目標使用，以發展都市建設，行政院民國 67 年函頒「都市計畫公共設施用地多目標使用方案」，而台灣省政府亦於民國 69 年發布「台灣省獎勵興辦公共設施辦法」。在台中市方面，獎勵民間投資興建市場用地，自民國 69 年依據「第一綜合市場獎勵民間投資興建計畫」辦理改建作業，於民國 76 年底動工改建、80 年 2 月開始營業的第一廣場(第一市場，市 25)開始，到近年約於民國 93 年開幕，位於中科附近福安里的薇風生活廣場(市 90)為止，共有約 11 處屬私有土地之市場用地係以獎勵民間投資作多目標使用開發(屬公有土地之 2 處市場 BOT 案暫不計入)。

上述 11 處獎勵民間投資興建市場之開發型態，除第一廣場(第一市場，市 25)、中港巨星百貨(市 61)以綜合商業大樓方式開發外，其餘多為一、二樓為市場、超市、店舖，三樓以上為住宅之開發型態。就其使用現況來觀察，在綜合商業大樓方面，第一廣場因位於火車站商圈且營運後成立專責管理單位(眾城)，故雖已歷時 16 年市況仍能維持，而廣三 SOGO 後方由俊國建設投資興建的中港巨星百貨(約 83-85 年間開幕)則因缺乏後續經營管理，故情況不佳，而一、二樓為市場、超市、店舖，三樓以上為住宅之開發型態，就現況觀之，建商對市場用地之投資開發目的應以住宅為主，而搭配銷售、配合「政策」規劃之市場、店舖實已名存實亡，以近年開幕(約於民國 93 年)

位於中科附近福安里的薇風生活廣場為例(國璽建設投資興建)，其為目前唯一的一處依容積率興建的獎勵民間投資興建市場，在容積管制下，與以往高層開發不同而以三樓透天店舖內夾市場的方式開發，外圍之透天店舖皆已出售開業，但包圍在其中的市場攤位長期招商卻仍乏人租用，全數閒置。

表 5-1-1 台中市獎勵民間投資市場多目標開發案一覽表

行政區	市場名稱
中區	中正路「第一廣場」(第一市場，市 25)
西區	廣三 SOGO 後方的「中港巨星百貨」(市 61)
西屯區	櫻花路的「櫻花市」(市 72)、上安國小旁的「中港假期」(市 75)、福安里福科路薇風生活廣場(市 90)
北屯區	東山路與北屯路口附近的「第九市場」(市 9)
南屯區	五權五街的「泛亞生活購物廣場」(市 64)、南屯路一段的「多助成家」(市 66)、樹德公園附近的「公園苑」(市 69)、向上路三段的黎明春秋(市 85)、黎明路一段楓樹地區的「黎明生活廣場」(市 7-1)

資料來源：本案調查整理

(二)公有市場民營化(閒置市場再利用)

台中市公有市場民營化策略係將閒置之公有零售市場建物空間標租予民間業者作更有效的經營管理，並藉由民間經營效率來提高市場使用率及服務競爭力。其方式包括：一、出租超市業者經營。二、整場出租公辦民營。台中市推動公有市場民營化係採公開標租方式，超市部分以 9 年 10 個月為一期，公辦民營以 9 年或 4 年為一期。

另依民國 91 年商業司委託中國生產力中心辦理「閒置市場再利用執行計畫」(閒置市場定義為公有零售市場之攤位有 30% 以上未營

業者)，在民國 90 年重建區八縣市閒置市場調查中，台中市空攤率超過 50% 以上之閒置市場共八處，包括北區平等、北區中德、南屯區大新、小康、大進、北屯區東峰、西屯區福安、何厝等。而台中市政府針對前述八處閒置公有零售市場之規劃，平等市場已於台中市都市計畫第三次通盤檢討中列為都市更新地區。94 年並選擇大新、中德、小康、何厝、東峰、大益共六座市場辦理公有市場民營化。95 年 8 月 29 日經濟局邀集府內相關單位及府外學者組成專案小組，擬訂「營運檢討及轉型、未來發展與輔導策略、市場用地檢討與廢除」等議題研討，建議將何厝、東峰及中德市場納入都市計畫通盤檢討變更為機關用地。96 年 2 月為增加何厝、東峰及中德三所市場標租誘因，連同附近停車場一併辦理。

表 5-1-2 台中市閒置公有零售市場一覽表

行政區	市場名稱	閒置狀況	使用權屬	立地條件優劣
北區	平等	平面興建市場 1/2 以上閒置。	不清楚	尚可
北區	中德	平面興建市場 1/2 以上閒置。	不清楚	尚可
南屯區	大新	平面興建市場 1/2 以上閒置。	不清楚	尚可
	小康	立體興建市場：(1)局部樓層全閒置。(2)菜市場樓層攤位 1/3 閒置。	(1)局部樓層清楚。(2)菜市場樓層不清楚。	尚可
	大進	立體興建市場：(1)局部樓層全閒置。(2)菜市場樓層攤位 1/2 閒置。	(1)局部樓層清楚。(2)菜市場樓層不清楚。	尚可
北屯區	東峰	立體興建市場：(1)局部樓層全閒置。(2)菜市場樓層攤位 1/2 以上閒置。	(1)局部樓層清楚。(2)菜市場樓層不清楚。	尚可

西屯區	福安	立體興建市場：(1)菜市場樓層攤位 1/3 以上閒置。(經再開業促銷閒置攤位已降低)	清楚	優
	何厝	立體興建市場：(1)局部樓層全閒置。(2)菜市場樓層攤位 1/2 以上閒置。	(1)局部樓層清楚。 (2)菜市場樓層不清楚。	尚可

資料來源：重建區八縣市閒置市場研究執行計畫，民國 90 年

表 5-1-3 台中市公有傳統零售市場營運狀況表

市場名稱	建造年月 基地\市場使用面積(m ²)	攤鋪位營業數			空攤鋪數	營運狀況
		舖	攤位	合計		
建國市場	六十一年三月 7327\10,183 地址：東區建國路 224 號	20	613	633	2	為零批經營型態，是本市營運情況甚佳，規模最大之傳統市場。
第一市場	七十六年十一月 8,616\18,210 (1-3F) 地址：中區綠川西街 135 號	58	359	417	109	市場已改建為多目標使用綜合商業大樓，雖然一至三樓仍為傳統市場經營範圍，唯已與傳統零售市場型態有所差別。隨著中區商圈外移，生意日漸蕭條。僅假日吸引外勞群集消費。
第二市場	十六年二月 8,051\8,051 地址：中區三民路二段 87 號	54	151	205	3	頃於 94 年花費新台幣 6 千萬餘元以「汰舊仿舊」方式專案整修完畢，六角樓設計之 Y 字型賣場動線是本省碩果僅存之特色，又傳統小吃及市場歷史都是本市都市發展中最重要的記錄。已將本市場定位為「文化古市集」進行輔導。
第三市場	二十一年十一月 2,809\3,210 地址：南區台中路 90 號	14	81	95	0	建物及設施老舊，通道狹小，唯市場周邊有發證之攤販區，以服飾業及水果等類別搭配下，使得本市營業情況尚為良好。

市場名稱	建造年月 基地\市場使用面積(m ²)	攤鋪位營業數			空攤 鋪數	營運狀況
		鋪	攤位	合計		
第四市場	五十一年四月 639\958 地址：東區南京路 34 號	6	24	30	5	因南京路拓寬，市場整體縮減一半，只剩數攤營業，已無市場功能。
第五市場	二十七年一月 2,979\3,724 地址：西區大明街 9 號	25	45	70	0	周邊沒有量販店及黃昏市場，市場之營運狀況尚稱不錯。
東光市場 (含攤販集中場)	七十三年六月 4,557\4,557 地址：北屯區北平路四段 68 號	0	197	197	0	市場自治會相當團結與熱情，自動自發推動市場改造，尚能使營業情況維持一定水準。
平等市場	四十七年十月 1,944\1,944 地址：北區中華路二段 153 號	12	21	33	7	市場老舊，營運不敵臨近之民有東興市場，隱藏性空攤多，已失市場機能。
大進市場	八十年五月 2,203\6,764 地址：南屯區大墩六街 161 號	15	72	87	42	鄰近家樂福量販店及多處黃昏市場，僅 1 樓營業有 6 個空攤，營業狀況不佳，2 樓 36 個攤位閒置。漸失市場機能。
大新市場	七十九年四月 1,800\2,452 地址：南屯區大墩十一街 64 號	10	-	10	0	除店鋪保留公辦公營外，攤位區已整場標租民間經營百貨(無提供生鮮農產品)，租期四年。
合作市場	五十七年八月 1,354\1,467 地址：東區進化路 230-1 號	4	46	50	0	屬地區性市場，建物簡單老舊，但在提供該社區民眾之購物需求上，仍能維持一般之營業狀況。
中義市場 (含攤販集中場)	七十四年十月 1899\1899 地址：西屯區重慶路 180 號	0	108	108	0	地點佳、人口密集，屬開放性攤販集中場型態，貨品齊全，營業情況甚佳。

市場名稱	建造年月 基地\市場使用面積(m ²)	攤鋪位營業數			空攤 鋪數	營運狀況
		鋪	攤位	合計		
篤行市場	四十六年三月 1,580\1,264 地址：西區篤行路 200 號	0	30	30	3	屬早期規畫之社區市場規格，市場老舊，營運不敵臨近之民有東興市場，隱藏性空攤多，與平等市場類似，已失市場機能。除店鋪外，攤位區已呈停滯狀態。
中央市場	六十四年三月 7855\15,985 地址：北區五權路 176 號	187	82	269	4	本市場曾為果菜市場批發交易處，在果菜市場遷移中清路後，目前市場功能已失，市場內店鋪多變為住家使用，市場已呈現停滯狀態。
一心市場	四十九年二月 2,683\2,683 地址：北區三民路三段 274 號	37	92	129	1	屬地區性市，建物老舊，但仍尚滿足該社區民眾之購物需，唯市場功能逐漸喪失。
后庄市場	七十二年十一月 1,658\4,193 地址：中清路 112 巷 11-2 號	24	0	24	7	1、2 樓已於 89 年 6 月標租委託民間經營，3、4 樓店鋪型多供住家使用。
南屯市場	六十二年四月 1,661\1,661 地址：南屯區南屯路二段 141 號	9	24	33	0	位處南屯區開發最早之中心區，屬地區性市場，建物老舊，但提供該社區民眾之購物需求上，仍能維持一般之營業狀況。
小康市場	六十五年七月 6,302\15,756 地址：南屯區懷德街 70 號	24	80	104	47	位處省府黎明辦公室生活圈，屬封閉型社區市場，1 樓生意尚佳，2 樓經多次招租無人承租，賢置中。
福安市場	八十七年八月 1,616\933 地址：西屯區中工三路 199 號	0	32	32	6	於九十年五月重新劃設格位、重新經營，經營情況普遍。
中德市場	七十七年十二月 1,749\1,118 地址：太原五街 4 號	16	35	51	34	建築規格不符消費者需求，市場功能已失、呈現停滯狀態。
東峰市場	八十年三月 2,134\2,731 地址：北屯區天津路三段 45 號	13	42	55	32	建築規格不符消費者需求，市場功能已失，目前已呈現停滯狀態。

市場名稱	建造年月 基地\市場使用面積(m ²)	攤鋪位營業數			空攤 鋪數	營運狀況
		鋪	攤位	合計		
何厝市場	七十五年十月 3,246\1,183 地址：西屯區四川路 120 號	18	31	49	10	一樓市場出租率約 80%，但承租人不認真經營，功能已失、呈現停滯狀態。 二樓已移作為西屯區戶政事務所辦公廳使用。
春安市場	八十六年九月 2,549\1,485 地址：南屯區忠勇路 23-12 號	0	-	-	0	市場已於 88 年 7 月標租委託民間經營，租期 9 年。 生意尚佳。

資料來源：台中市政府經濟局，2006.12

(三)未開發公有市場用地出租民間開發經營

有鑑於都市消費型態轉型，大量的民間超市、量販店、便利商店取代了傳統市場的部分功能，台中市政府的市場興建政策亦隨之轉向，在民國 87 年最後一處公有零售市場興建完成後(福安市場，市 92)，由政府出資新建的公有零售市場即暫告終止，取而代之的是在民國 88 年發布「台中市未開發公有市場用地出租民間開發經營辦法」，將已由市府取得土地所有權，但尚未開發之市場用地標租由民間經營，已標租者包括市 30(崇德村市場)、市 31(錦村市場)、市 43(太原市場)、市 81(花卉市場)、市 92(東海市場)、市 115(東大市場)等 6 處，其租賃期為 9 年，分別於 88.04—90.05 簽約，故陸續將於 97.04—99.05 到期。

(四)未開發公有市場用地 BOT

未開發公有市場用地 BOT 與前述「未開發公有市場用地出租民間

開發經營」同樣都屬於市府已取得土地但尚未開發之市場用地，相異的是前者以出租方式，後者則以設定地上權用 BOT(興建—營運—移轉)方式開發經營。公有地出租受限於土地法，不得超過十年以上之租賃，但 BOT 可以設定地上權方式為之，其期間可達 20、30 年不等。

BOT(Build-Operate-Transfer 興建-營運-移轉)原意是由民間機構投資興建公共建設，並取得經營權，營運一段時間，待投資完全回收後，再將該建設的資產移轉給政府，同時喪失經營權。台灣自 1990 年代初期推動民間參與公共建設，在市場用地 BOT 方面，則大致從 2000 年前後開始推動，目前已興建完成的市場 BOT 案為「台中市市 80 倫敦城購物中心」，其餘仍在籌辦、招商、議約中的包括「台北市中崙市場改建 BOT 案」、「台中市市 113BOT 案(好市多)」、「台中縣豐原市六 BOT 案」、「嘉義縣治特區二處市場 BOT 案」、「高雄縣鳳山市五甲社區中崙市場及停車場 BOT 案」等。

台中市市場 BOT 係由市政府提供公有市場用地予投資開發者進行投資、設計、開發、施工、裝修、裝置設備及經營管理和收益，投資者向市府支付權利金、地租及履約保證金，並履行開發施工與經營的責任和義務，合約屆滿時經營權亦即終止，並將建物設施產權移轉給市府。

1. 市 80BOT 案

台中市市 80 市場業奉台灣省政府 86 年 3 月 18 日 86 府財字第 149519 號函同意民間開發經營，民國 92 年由鉅眾資產股份有限公司經公開評選取得開發經營權(50 年)，由於為促參法公布前(89.02.09)所推動，其民間參與引用法令為採購法，已於 95 年 10 月開幕，其底層為家樂福量販店，高層為鉅眾公司總部及出租辦公空間。與以往獎勵民間投資興建市場用地不同的是，本案合約中規定，本基地用地除依經濟部令頒「台灣省零售市場管理規則」之規定作市場使用外，亦得作多目標使用，惟須符合行政院頒「都市計畫公共設施用地多目標使用方案」規定之使用項目，但不得作住宅之使用。

2. 市 113BOT 案

台中市繼完成位於七期重劃區的市 80BOT 案之後，位於八期重劃區的市 113BOT 案亦於民國 95 年 11 月由得標投資者好市多開工動土，預計 97 年 1 月前開幕營運。

(五)老舊市場更新(市場改建)

舊市區之老舊市場改建可謂兼肩負著都市更新、帶動舊市區再發展的任務，台中市老舊市場更新始自民國 69 年依據「第一綜合市場獎勵民間投資興設計畫」辦理改建作業，於民國 76 年底動工改建，80 年 2 月開始營業的第一廣場(第一市場，市 25)，惟第一市場應屬於平面市場的更新，真正屬於建築物更新的應算是第二市場的修繕及

研議多年、位於台中車站專用區內的建國市場遷建案。

1. 建國市場遷建

建國市場建於民國 61 年 3 月，為本市重要的民生物資集散地，市場一樓有 453 處攤商，二樓有 249 處攤商，建國市場位於火車站旁，由於經常形成建國路往雙十路間的交通瓶頸，早期有拓寬之雜議，惟因涉及建物的拆除，當地民意反對，故不了了之，民國 84 年委託完成之「台中火車站附近地區整體再發展規劃暨都市設計之研究」案則建議就建國市場之使用定位進行開發計畫。921 地震後由於二樓結構受損，二樓攤商因而遷移至干城的復興建國臨時市場營業，為配合鐵路地下化，台中車站地區都市更新計畫中亦將建國市場列為更新遷建對象，市府並於 95 年 4 月完成「台中市建國市場遷建可行方案規劃與評估案」，針對干城地區、肉品市場及崇德二路市 30、台中糖廠等處所進行遷建評估，經市場自治會及攤商決議建立共識，以台中糖廠舊址列為遷場意願最高之地點，正由本府都市發展局依都市計畫法定程序規劃檢討中。

2. 第二市場修繕

第二市場興建於日據時代(1917)，許多較有名氣之老字號店面已傳至第三代，91 年胡志強市長上任時曾提出以客家圓樓方式進行更新重建之構想，但後來僅以局部修繕方式為之，修繕經費約 6 千餘萬

元，工程期間自 93.09~ 94.01，於 94.02 重新開幕。修繕工程將第二市場最具古蹟價值之六腳亭重新修建，朝向市場整體功能性設計，讓百年市場風華再現，朝向觀光市場模式經營，並帶動中區商機。惟 95 年 6 月議會認為情形未能盡如理想，經濟局對此決採取 5 項措施謀求改善。

(六)市場用地檢討變更為其他分區或公共設施用地

隨著社會結構及消費習慣的改變，傳統市場已漸式微，因此民國 91 年開始辦理的「變更台中市都市計畫(不包括大坑風景區)第三次通盤檢討」案中亦提出，對位於重劃區外之未開闢市場且未有具體使用計畫者，倘對地區發展產生不良影響或對土地所有權人產生損害，或較適宜作為其他使用分區並不妨礙鄰近土地使用者，建議檢討變更為其他適合分區。本案經過公開展覽、說明會、審議、核定發布之都市計畫程序，目前有關市場用地檢討變更案審議通過者如后表所列，其變更內容可區分為：

- 一、未開發市場變更為住宅區、商業區或停車場。
- 二、已開發市場劃定為都市更新地區。

表 5-1-4 台中市都市計畫第三次通盤檢討市場用地變更部分一覽表

分類		編號	面積 (公頃)	附帶條件	變更理由
未開發市場變更為住宅區、商	市場變更為住宅區	市 83	3.7345		依本計畫變更檢討原則，市 83 用地屬非必要之公共設施用地，且配合本計畫變更部

分類	編號	面積 (公頃)	附帶條件	變更理由	
業區或停車場				分住宅區為交通用地(交 6)之規劃，為增加辦理市地重劃之可行性，故併鄰地分區變更為住宅區。	
		市 11	0.1898	附帶條件 (附十三)	1. 該市場用地規劃至今已逾 25 年，然卻未開闢使用，鄰近地區並無市場設置需求。
		市 70	0.2914		
		市 88	0.2645		
		市 54	0.1936		2. 因應都市消費型態轉型，傳統市場沒落，大型賣場、批發市場、便利商店衝擊傳統市場計畫機能，促使市場之實際使用需求大幅低落。
市場變更為商業區	市 16	0.1974	附帶條件 (附十七)	3. 符合本計畫公共設施用地變更原則。	
市場變更為停車場	市 49	0.2100		1. 「市 49」用地因民國 80 年火災焚毀，閒置多年，現暫作停車場供民眾免費使用。其土地權屬市有地約佔四分之三，其餘分屬私有及國有。 2. 因應時代變遷對傳統市場需求式微，且北側「市 48」已闢有民生市場，本市場用地已無開闢之必要，故變更為停車場，彌補附近地區停車需求，以盡地利。	

分類		編號	面積 (公頃)	附帶條件	變更理由
已開發市場劃定為都市更新地區	仍維持市場用地	市 41 平等市場	0.3928	附帶條件 (附二十三)	該市場老舊、土地權屬複雜，為促進都市發展，改列為都市更新地區，俟將來都市更新計畫內容再配合變更都市計畫。
	市場變更為商業區	市 40 中央市場	1.1349	附帶條件 (附二十五)	中央市場興建於民國 64 年，土地權屬均為公有地，迄今已屆重建發展之生命週期。由於都市消費型態轉型，市場已為量販店、超市所取代，實際使用需求大幅減低，變更為商業區可形成舊市區新的成長核心，帶動舊市區整體再發展。

附帶條件 (附十三)：

1. 申請開發之土地所有權人應提供變更土地面積 15% 以上之回饋，始得發照建築。
2. 回饋金之計算以應回饋面積依繳交當年之土地公告現值加四成計算。
3. 回饋金應納入「台中市都市發展建設基金」，專供台中市都市發展與建設之用。
4. 土地使用分區管制依該所在地區之細部計畫「第二種住宅區」所訂之各項規定辦理。

附帶條件 (附十七)：

1. 申請開發之土地所有權人應提供變更土地面積 30% 以上之回饋，

始得發照建築。

2. 回饋金之計算以應回饋面積依繳交當年土地公告現值加四成計算。

3. 回饋金應納入「台中市都市發展建設基金」，專供台中市都市發展與建設之用。

4. 土地使用分區管制依該所在地區之細部計畫「第二種商業區」所訂之各項規定辦理。

附帶條件（附二十三）：

劃定本地區為「都市更新地區」，將來得以都市更新方式辦理再發展。

附帶條件（附二十五）：

1. 劃定本地區為「都市更新地區」，將來得以都市更新方式辦理再發展。

2. 應另行擬定細部計畫，劃設變更範圍土地面積 50% 的公園用地。

第二節 台中市市場大事紀

以下整理台中市自民國 77 年引入裕毛屋超市後，近 20 年來與市場相關之大事紀要，以供參考。

表 5-2-2 台中市市場大事紀

時間	標題	大事紀要
77.07.28	裕毛屋	裕毛屋台中創始店公益路店開幕。
77	興農超市	興農集團成立「超市部」，並於南投縣草屯鎮設立第一家生鮮超級市場，往後陸續增設連鎖店。
78-79	公有超級市場	市政府利用四、五期重劃區取得之市場用地興建六座超級市場型態之公有零售市場
78	黃昏市場	華美西街黃昏市場開始設立，79 年開始攤商即依規繳稅。

時間	標題	大事紀要
79	丸久超市	味全集團與日本企業合資成立丸久超市。
81	魚市場遷建	由於魚市場業務快速成長，使台中港路之營業場所漸趨飽和，迄於民國 69 年規劃「以產置產」方式進行魚市遷建工作，於 78 年執行遷場計畫，購置南屯路三段之土地，於 81 年完成興建遷場營業。
81.07	頂好惠康	頂好 Wellcome 位於台灣中部的第一家分店 - 北平店開幕。
82.05.01	第一市場	67 年遭大火吞噬的第一市場，歷經十餘年的改建，1-3 樓市場承租戶於 82.05.01 起陸續開業。
84.01.17	花卉批發市場	民國 83 年 8 月 3 日台中市政府行文同意租借「市 81」予保證責任台灣花卉運銷合作社成立台中市花卉批發市場，辦理切花拍賣等業務。同年 8 月 18 日舉行台中市花卉批發市場動土典禮，並於 84 年 1 月 17 日落成並正式營運。
84.07.25	家樂福	家樂福台中創始店崇德店開幕。
85	彰吉超市	中部的彰吉生鮮超市退出市場，旗下的店數最多時有十二家店
87.08	福安市場	87 年開幕之福安市場(市 92)為台中市目前最後一處政府興建之公有零售市場
87.10	全聯福利中心	「全聯社」轉型為民營的全聯福利中心
88.02.10	公有市場用地出租	台中市政府於 88 年 2 月 10 日依 88 府秘法字第 21444 號函頒發「台中市未開發公有市場用地出租民間開發經營辦法」
88.9.21	921 大地震	88.9.21 中部地區發生大地震，建國市場二樓結構受損
88.11	崇德村黃昏市場	921 地震後一個多月，標租公有地之市 30 崇德村黃昏市場開幕
88 年底	大廣三量販店	由廣三集團所投資的大廣三量販，在九九年年底開始時退出市場旗下工學、沙鹿、公益等三店由福元接手經營。而後福元亦發生財務危機，關閉旗下大賣場。
89.09	美村超市 頂好超市	中部老字號超市廠商－美村生活事業集團，受到九二一大地震的衝擊，已在九月底結束營建及生鮮超市的營運。頂好 Wellcome 接收美村超市 12 家分店，拓展了在中部地區的據點，也使頂好超市家數一口氣增加到一百零八家，穩居國內超市界的龍頭地位。
90	閒置市場調查	在民國 90 年辦理重建區八縣市閒置市場調查，台中市空攤率超過 50% 以上之閒置市場共八處，包括中區平等、北區中德、南屯區大新、小康、大進、北屯區東峰、西屯區福安、何厝等。
91.09	建國臨時市場	建國臨時市場開幕，建國臨時市場是在 921 大地震後，由建國市場的二樓搬遷至此
92	台中市都市計畫第三次通盤	台中市辦理變更台中市都市計畫主要計畫(不包括大坑風景區)(第三次通盤檢討)，市場用地亦列入檢討變更

時間	標題	大事紀要
	檢討	
92	市場用地調查	市場管理課委外辦理「台中市都市計畫第三次通盤檢討市場用地變更案調查分析報告」
92	攤販條例	台中市攤販自治條例領先中央及其他各縣市發布實施，後續華美西街、民意街等都據此依法申請為攤販集中
92	萬客隆	國內成立最早的萬客隆量販店無預警停業，退出市場
92.05.14	愛買吉安	愛買吉安在 2003 年 5 月 14 日結束了台中德安店
93	市 90 薇風生活廣場	台中市第一處依容積率設計開發之市場多目標使用案-福安里市 90 薇風生活廣場交屋啟用
93.06	松青九久	味全集團轉投資的松青和九久超市決定合併，並以松青為存續品牌。
94.02	第二市場改建	第二市場改建修繕經費約 6 千餘萬元，工程期間自 93.09~94.01，於 94.02 重新開幕。
95.04	建國市場	市府委外完成「台中市建國市場遷建可行方案規劃與評估案」，針對干城地區、肉品市場及崇德二路市 30、台中糖廠等處所進行遷建評估。
95.10	市 80BOT	台中市市 80 市場業奉台灣省政府 86 年 3 月 18 日 86 府財字第 149519 號函同意民間開發經營，民國 92 年由鉅眾資產股份有限公司經公開評選取得開發經營權(50 年)，已於 95 年 10 月開幕，其底層為家樂福量販店租用，高層為鉅眾公司總部及出租辦公空間。
95.11	好市多 市 113BOT	位於八期重劃區的市 113BOT 案亦於民國 95 年 11 月由得標投資者好市多開工動土，預計 97 年 1 月開幕營運。
95.08.29	市場營運檢討	台中市政府經濟局邀集府內相關單位及府外學者組成專案小組，擬訂「營運檢討及轉型、未來發展與輔導策略、市場用地檢討與廢除」等議題研討
96.04.18	市場用地規劃 研究	市場管理課委外辦理「台中市都市計畫公共設施市場用地規劃研究」案簽約

資料來源：本計畫整理

第六章 研究結論與建議：都市計畫、市場用地開發或廢除準則研究

第一節 台中市零售市場開發或廢除評估項目及指標

市場種類	評估重點	評估項目及指標	
未開闢市場用	商圈條件	1. 基地規模	市場用地面積

地		2. 消費人口	商圈人口密度及人口數、人口成長率
		3. 交通便利性	臨接道路寬度
		4. 停車空間	停車場與市場用地面積比
		5. 類似設施競爭威脅	主、次商圈超市、量販店、黃昏市場、攤販集中區數量
		6. 未來發展潛力	捷運場站周邊 500 公尺、重大建設周邊(市地重劃、區段徵收、科學園區)或都市更新地區
已開闢公私有零售市場	營運管理能力	1. 自治組織運作	組織建制、會務運作
		2. 市場經營與管理	營業狀況及管理、環境衛生管理、周邊交通攤販管理、行銷策略
		3. 市場硬體維護與改善	一般公共設施維護管理、專屬公共設施維護管理、建物安檢申報與管理
		4. 內省對策與展望	政策配合度、全方位服務觀點、發展願景

綜前所述為檢討市場用地設置評估，以商圈條件評定未開闢市場及營運管理能力評定已開闢市場，各項評估均列有子項目及量化依據，以對市場之存廢找出可供參考之依據。

第二節 量化標準及得分表

項目		數量化標準及得分	
用地規模(10%)	基地面積(10%)	<0.10	0
		0.10~0.15	2
		0.15~0.30	4
		0.30~1.00	6
		1.00~2.00	8
		>2.00	10
人口因素(20%)	人口密度(6%)	<100	2
		100~200	4
		>200	6
	商圈人口數(人)(8%)	<5000	2
	5000~10000	4	

		10000~15000	6
		>15000	8
	人口成長率(6%)	-	0
		+	3
		++	6
交通便利性(20%)	臨接路寬(m)	12 m	4
		15 m	8
		20 m	12
		25 m	16
		30 m 以上	20
停車供給(20%)	停車場/市場面積比	無	0
		<0.25	4
		0.25~0.50	8
		0.50~0.75	12
		0.75~1.00	16
		>1.00	20
競爭情況(20%)	2km 範圍內量販店賣場坪數(6%)	強>10000	2
		中 5000~10000	4
		弱<5000	6
	1km 範圍內超級市場賣場坪數(6%)	強>500	2
		中 200~500	4
		弱<200	6
	1km 範圍內攤販數(8%)	強>300	3
		中 100~300	5
		弱<100	8
未來發展潛力(10%)	捷運站(5%)	捷運站 500M 範圍	5
	整體開發(3%)	重劃或區段徵收開發區	3
	都市更新(2%)	推動都市更新地區	2

得分數 40 分以下，建議廢除。視個別都市計畫區公共設施面積之檢討情形，優先補足不足之公共設施。

第三節 建議事項

透過本研究不僅可建立本市市場存廢之準則，亦符合「藍海策略」四項行動架構：

- (1) 創造本市公共設施市場用地成長管理，相關研究提出論點建議，
可轉化為市場用地存廢之準則。
- (2) 提升市民居住環境品質，由於都市公園綠地及停車場設施普遍
不足，市場用地可視個別都市計畫區公共設施面積之檢討情
形，優先補足不足之公共設施。
- (3) 消除民眾怨懟，市場保留地已屆滿計畫年限，依現況及未來發
展實際需要予於解編可保障土地所有權人權益。
- (4) 降低市府財政負擔，市場保留地解編後本府可杜絕不必要的投
資，減少財政資源浪費，變更後公有地可標售以增加市庫收入

。

