

中科新興商圈的空間發展歷程與分析 內容摘要

本研究以臺中市中科新興商圈為研究對象，包括愛買商圈與微風大道、Tech Mall 商場與紐約 101 商店街為範圍。有鑒於傳統的商店環境，對於人行、車行路權(right of way)劃設的不重視，導致產生不良的選逛空間，因此藉由新興商圈的案例研究，以了解其新商圈組構模式及影響的效益，並藉此得知商圈環境內的店家在供給、需求間的關係。

研究中先回溯西屯區水堀頭的商業發展歷程，分為三個時期：商業緩慢的成長期(1950 年~1980 年)、商業急速擴張期(1980 年~2000 年)、商業型態轉變期(2000 年~迄今)。

在實證研究中，對於商圈環境採用空間型構(Space Syntax)的分析工具，預測人潮車流的便捷度及互視程度的關係，並比較商圈配置、規劃上之發展情形；之後再從商圈空間的分析中，了解各商業環境的型態及實虛空間之構成關係，得知其優劣性，並進一步透過深入訪談及店家問卷調查的分析，作相互檢視與比較。於論證中發現，微風大道及 Tech Mall 商場之構成，跳脫了以往垂直、內聚型的商業形式，且藉由平面式的商場規劃，讓人與環境之間產生更多的互動；另外亦發現民眾慣有的消費模式，建構在依賴機動車輛的行為上，使得商圈環境對於車行、車停空間之便利性，反而比塑造舒適之人行空間更顯重要。