東海大學工業設計研究所

碩士論文

活用公私領域以創新東海藝術街觀光魅力

Activate In-between Space For Enhance Tunghai Art Street Tourism Attraction

研 究 生：鍾　興

指導教授：陳明石

中華民國一百零二年七月

摘　要

「旅人的目的地並不是一個地點，而是看待事物的新方式。」，商圈中的街道不僅提供交通層面的實務機能，更是遊客得以親身體驗感知環境，進而影響觀光品質的重要因素；廣場空間也不僅是社區提供給居民活動的空地而已，其應更具有廣納人群和增進使用者與他人交流互動的存在價值；而配置於其中的各種設置物與多元活動，即為營造街區環境氛圍及提供遊客休憩、娛樂等的多樣選擇，若能善加經營活用，將可大幅提升遊客的滿意程度。本研究以創新觀光魅力為目標，探討在公私領域中的人、環境與設置物之關係，確立可進行區域活化的準則，以塑造更具人文魅力與藝術氣息的觀光亮點。

調查內容首先針對步行空間與柯比意廣場中的設置物逐一紀錄，並觀察遊客在空間中所衍生出的行為與活動；接著進行社區經營者與遊客訪談以瞭解雙方觀點並擷取出具有指標性的關鍵因子；再以遊客問卷作為測量工具，分析出藝術街的主要魅力在於商家迷人有特色以及街道美觀有藝術氣息，而負面評價則主要都反映在交通層面，像是來到藝術街不好停車、行走在人行道時會受到各種障礙物的阻擋而需被迫走在充滿危險的車道上。因此，本研究最終提出五大活用公私領域之經營策略作為創出觀光魅力的準則。

關鍵字：公私領域、步行空間、區域特色、觀光魅力

Abstract

"Travelers' destination is not a place, but a new way to look at things". Streets in commercial districts not only have practical functions of transportation, but also allow tourists to experience the environment and are the important factors of tourism quality. The squares provide an open space in the community for residents' activities, and should also open to the public and enhance interaction between users and others. The facilities and diverse activities in the space create the atmosphere on the streets, and provide recreation and entertainment for tourists. By proper operation, they can significantly enhance tourists' satisfaction. By innovative tourism attraction as the goal, this study probes into the relationship among people, environment and facilities in In-between space, and establishes the principles to activate the regions in order to create tourist spots with human attraction and artistic atmosphere.

In the investigation, the researcher first records the facilities in pedestrian street and Corbusier Plaza, and observes tourists' behavior and activities in the space. Then, interviews are conducted with community managers and tourists in order to understand their views and extract the key factors. A questionnaire survey on the tourists found that the attraction of Art Street is the characteristics of shops and artistic atmosphere on the streets. Negative comments mostly concern the traffic, such as insufficient parking spaces on Art Street, obstacles on sidewalk so that the pedestrians are forced to walk on driveways. This study proposes five operational strategies to use In-between space as the criteria to create tourism attraction.

Key words : In-between space, pedestrian street, regional characteristics, tourism attraction

謝　誌

首先要感謝 陳明石 恩師這兩年來的指導，使本研究在您的指點迷津之下終於能順利地告一段落；謝謝您總是把最好的與我們分享，也無私的為系上爭取各項資源以及交流機會，堪稱是為人師表的典範；另外也要謝謝雲科大的李傳房老師、北科大的鄭孟淙老師，以及東海的呂佳珍老師在口試發表時給了許多寶貴的意見與指教，使我感到獲益良多，藉此機會將論文的質量都再次作更好的提升。

回顧論文調查階段，要特別感謝藝術街之父白錫旼建築師、文創協會黃俐瑋總幹事、龍井區公所林裕議區長，藉由與您們的長談，將更能深刻理解經營者的理想價值與願景；還有眾多雖然素昧平生，卻熱心相助還給予鼓勵的 363 位本國遊客與 20 位外國遊客；透過您們有耐心的接受訪談與認真填寫問卷，使本研究得以彙整出以使用者為中心的民意基礎與較佳的統計結果，也見證了「人間自有真情在」的溫暖。

同時感謝目前在雲科大讀博士班的李志仁學長，有勞您多次前來分享問卷設計的實戰經驗與統計分析的武功秘笈，才讓我們領悟到KANO的奧秘與撥雲見日後的豁然開朗；而在道別東海前還要向解姐與李姐說聲感謝，謝謝妳們總是為我們著想並且幫忙辦理各項申請畢業程序的繁瑣流程，有妳們敬業的付出是系上的福氣。

最後要心存感激的當然是最無私奉獻的父母，謝謝您們以各種形式的支持與鼓勵助我一臂之力，才讓我能無後顧之憂的專心完成學業，實現人生的理想目標。

並祝福老師與各位師出同門的：映緹、巧玲、小花、小邱、小俊、Johny、伯鴻、Bagi、白白、宣宣、昱儒、伊善，在不同的領域中皆能有很好的成就，有志者事竟成！

鎮興　2013 仲夏

目 錄

摘 要 ---- I

Abstract ---- II

謝 誌 ---- III

目 錄 ---- IV

圖目錄 ---- VIII

表目錄 ---- XII

第一章 緒 論

1-1. 研究背景與動機 ---- 1

1-2. 研究目的 ---- 2

1-3. 研究內容與範圍 ---- 3

1-4. 研究流程與架構 ---- 4

1-5. 名詞定義
- 1-5-1. 公私領域 ---- 6
- 1-5-2. 臨時設置物 ---- 6

1-6. 預期成果 ---- 7

第二章 文獻探討

2-1. 街區營造
- 2-1-1. 藝術與社區 ---- 8
- 2-1-2. 街廓型式 ---- 9
- 2-1-3. 步行空間 ---- 10
- 2-1-4. 車輛交通 ---- 12
- 2-1-5. 公私領域 ---- 13

2-2. 環境魅力因素
- 2-2-1. 空間意象 ---- 14
- 2-2-2. 商業群聚 ---- 16
- 2-2-3. 自然元素 ---- 17
- 2-2-4. 人的吸引力 ---- 17

2-3. 人的習性
2-3-1. 聚集於廣場 ---- 18
2-3-2. 休憩行為 ---- 19
2-3-3. 尋路過程 ---- 19
2-3-4. 商業活動 ---- 19

2-4. 國外相關案例
2-4-1. 西班牙：巴賽隆納 拉菲爾 ---- 20
2-4-2. 美國：紐約 蘇活區 ---- 21
2-4-3. 巴西：里約 熱內盧 ---- 22
2-4-4. 日本：川越市 一番街 ---- 23

2-5. 文獻小結 ---- 24

第三章　研究設計與方法

3-1. 調查流程與步驟 ---- 26

3-2. 基礎實態調查 ---- 27

3-3. 經營者與遊客訪談
3-3-1. 社區經營者訪談調查 ---- 27
3-3-2. 遊客訪談調查 ---- 27
3-3-3. 調查目的與方法 ---- 27
3-3-4. 口語協定分析法 ---- 28

3-4. 遊客問卷調查
3-4-1. 調查目的與方法 ---- 31
3-4-2. 問卷設計與內容 ---- 31

第四章　基地調查

4-1. 街區發展脈絡
4-1-1. 歷史演進 ---- 36
4-1-2. 現況發展 ---- 42
4-1-3. 街道景觀 ---- 43
4-1-4. 商家型態 ---- 48

4-2. 公私領域概況
4-2-1. 步行空間 ---- 50
4-2-2. 柯比意廣場 ---- 51

4-3. 設置物現況調查
4-3-1. 公共固定設置物 ---- 53
4-3-2. 私有固定設置物 ---- 63
4-3-3. 私有臨時設置物 ---- 64
4-3-4. 綜合設置物小結 ---- 65

4-4. 街區交通特性
4-4-1. 交通現狀觀察 ---- 66
4-4-2. 停車空間與型態 ---- 67

4-5. 遊客行為與當地活動
4-5-1. 遊客行為 ---- 68
4-5-2. 當地活動 ---- 72

4-6. 基地調查小結 ---- 74

第五章　訪談調查

5-1. 社區經營者訪談
5-1-1. 訪談對象選定 ---- 76
5-1-2. 訪談結果與分析 ---- 77
5-1-3. 經營者訪談小結 ---- 86

5-2. 遊客訪談
5-2-1. 訪談對象選定 ---- 89
5-2-2. 訪談結果與分析 ---- 90
5-2-3. 遊客訪談小結 ---- 100

5-3. 訪談總結 ---- 105

第六章　遊客問卷統計分析

6-1. 樣本特徵調查
6-1-1. 基本資料 ---- 107
6-1-2. 經驗與偏好 ---- 111

6-2. 綜合因素評價分析
6-2-1. 魅力與減分因素 ---- 116
6-2-2. 族群差異分析 ---- 120

6-3. Kano雙向問卷
6-3-1. 問卷信效度分析 ---- 130
6-3-2. 項目屬性分類 ---- 132
6-3-3. 重要程度評價 ---- 135
6-3-4. IPA績效分析 ---- 137

6-4. 步行空間使用評價
6-4-1. 人行道障礙物 ---- 141
6-4-2. 項目屬性分類 ---- 143
6-4-3. 重要程度評價 ---- 145

6-5. 問卷調查小結 ---- 146

第七章　結論與建議

7-1. 研究總結 ---------- 148
7-2. 改善建議 ---------- 150
7-3. 活化商圈之策略 ---------- 151
7-4. 後續研究發展 ---------- 156

第八章　參考文獻

參考文獻 ---------- 157

附 錄

附錄1：遊客訪談題項 ---------- 159
附錄2：社區經營者斷句編碼表 ---------- 160
附錄3：遊客斷句編碼表 ---------- 177
附錄4：遊客中文問卷 ---------- 194
附錄5：遊客英文問卷 ---------- 197

圖目錄

圖1-1：東海藝術街空照圖 ---- 3
圖1-2：研究流程圖 ---- 5
圖1-3：商家前的臨時設置物 ---- 6
圖2-1：美國紐約蘇活區的俯視圖(1879年) ---- 9
圖2-2：日本神奈川 元町購物街 ---- 10
圖2-3：適當的步行空間 ---- 10
圖2-4：被街販所壓縮的步行空間 ---- 11
圖2-5：藝術街的單行道措施 ---- 12
圖2-6：藝術街巷弄棟隙 ---- 12
圖2-7：街景中主要的實質元素 ---- 14
圖2-8：春水堂戶外用餐區 ---- 15
圖2-9：紐約蘇活區的商店及中情形(2008年) ---- 16
圖2-10：台北信義區街頭藝人演出 ---- 17
圖2-11：藝術街柯比意廣場 ---- 18
圖2-12：巴賽隆納 拉菲爾 ---- 20
圖2-13：紐約 蘇活區 ---- 21
圖2-14：里約 熱內盧的貧民窟聖塔馬塔 ---- 22
圖2-15：川越市 一番街 ---- 23
圖3-1：調查流程圖 ---- 26
圖3-2：口語協定分析法 ---- 28
圖3-3：Kano品質模式 ---- 33
圖4-1：藝術街早期街景1 ---- 37
圖4-2：藝術街早期街景2 ---- 37
圖4-3：黑棋白棋理論 ---- 37
圖4-4：「重生階段」整修中的街區 ---- 38
圖4-5：「重生階段」整修後的住家 ---- 38
圖4-6：理想國村慶 ---- 39
圖4-7：厝邊你好 ---- 39
圖4-8：油漆粉刷競賽 ---- 39
圖4-9：跳蚤市場 ---- 39
圖4-10：芭蕾舞表演 ---- 39
圖4-11：生活雅集 ---- 39
圖4-12：社區保全系統 ---- 39
圖4-13：社區環境清潔 ---- 39
圖4-14：造街後的街區 ---- 41
圖4-15：藝術街白天街景 ---- 42
圖4-16：藝術街夜晚街景 ---- 42
圖4-17：藝術街全區街景對照圖 ---- 43
圖4-18：藝術街入口街景 ---- 43
圖4-19：藝術街第1區街景 ---- 44
圖4-20：藝術街第2區街景 ---- 44
圖4-21：藝術街第3區街景 ---- 44
圖4-22：藝術街第4區街景 ---- 44
圖4-23：藝術街第5區街景 ---- 45
圖4-24：藝術街第6區街景 ---- 45
圖4-25：藝術街第7區街景 ---- 45
圖4-26：藝術街第8區街景 ---- 45

圖4-27：藝術街第9區街景 ---- 46
圖4-28：藝術街第10區街景 ---- 46
圖4-29：藝術街第11區街景 ---- 46
圖4-30：藝術街第12區街景 ---- 46
圖4-31：藝術街第13區街景 ---- 47
圖4-32：藝術街第14區街景 ---- 47
圖4-33：藝術街第15區街景 ---- 47
圖4-34：藝術街商家型態分布圖 ---- 48
圖4-35：藝術街攤販1 ---- 49
圖4-36：藝術街攤販2 ---- 49
圖4-37：方型石磚人行道鋪面 ---- 50
圖4-38：方型石磚十字路口鋪面 ---- 50
圖4-39：人行道變形鋪面 ---- 50
圖4-40：馬賽克磚鋪面 ---- 50
圖4-41：廣場上的休閒活動 ---- 51
圖4-42：廣場戶外用餐區 ---- 51
圖4-43：廣場石椅休憩區 ---- 51
圖4-44：巴賴創作音樂會 ---- 51
圖4-45：藝術拼貼樓梯正面 ---- 52
圖4-46：藝術拼貼樓梯側面 ---- 52
圖4-47：白天藝術街入口意象 ---- 53
圖4-48：夜晚藝術街入口意象 ---- 53
圖4-49：圓石球 ---- 54
圖4-50：藝術地磚 ---- 54
圖4-51：大型花圃 ---- 55
圖4-52：小型花圃正面 ---- 55
圖4-53：小型花圃背面 ---- 55
圖4-54：人行道上的「黃脈刺桐」 ---- 56
圖4-55：人行道上的「櫻花樹」 ---- 56
圖4-56：人行道座椅 ---- 56
圖4-57：廣場石椅 ---- 57
圖4-58：人行道上的「涼亭」 ---- 57
圖4-59：車道減速磚 ---- 58
圖4-60：街區交通指標 ---- 58
圖4-61：藝術街導覽地圖 ---- 59
圖4-62：藝術街歷史沿革介紹---- 59
圖4-63：人行道街燈 ---- 60
圖4-64：小型立燈 ---- 60
圖4-65：埋入式地燈 ---- 60
圖4-66：藝術街電線桿 ---- 61
圖4-67：商家大型招牌 ---- 63
圖4-68：商家宣傳立牌 ---- 63
圖4-69：商家植栽造景1 ---- 63
圖4-70：商家植栽造景2 ---- 63
圖4-71：商家休憩座椅1 ---- 64
圖4-72：商家休憩座椅2 ---- 64
圖4-73：春水堂戶外用餐區 ---- 64

圖4-74：商品呈列架 ---- 65
圖4-75：住家車庫前的路障 ---- 65
圖4-76：逆向行駛的車輛 ---- 66
圖4-77：停放人行道上的機車 ---- 66
圖4-78：人行道上的「商品成列架」 ---- 66
圖4-79：人行道上的「植栽造景」 ---- 66
圖4-80：推著嬰兒車的遊客 ---- 66
圖4-81：藝術街上的輪椅族 ---- 66
圖4-82：藝術街停車場位置圖 ---- 67
圖4-83：遊客聚集於攤商前 ---- 68
圖4-84：遊客在街道上觀看櫥窗 ---- 68
圖4-85：遊客在商家前選購 ---- 68
圖4-86：遊客進入藝術街商家 ---- 68
圖4-87：遊客拍照留念 ---- 69
圖4-88：模特兒外拍團隊 ---- 69
圖4-89：廣場上的蛇板運動 ---- 69
圖4-90：騎乘單車的遊客 ---- 69
圖4-91：在廣場上休憩的遊客 ---- 70
圖4-92：在廣場上用餐的遊客 ---- 70
圖4-93：遊客在店家前等待同伴 ---- 70
圖4-94：遊客在休憩時玩手機 ---- 70
圖4-95：不同人數使用公共座椅的情形 ---- 71
圖4-96：遊客坐在各種設置物上 ---- 71
圖4-97：藝術街的「肖像畫」畫家 ---- 72
圖4-98：在廣場舉辦的音樂會 ---- 72
圖4-99：藝術街區文創生活行事曆 ---- 73
圖4-100：遊客在逛「手作市集」 ---- 73
圖4-101：「手作市集」的販售商品 ---- 73
圖5-1：與建築師訪談 ---- 79
圖5-2：建築師斷句比例 ---- 79
圖5-3：與文創協會總幹事訪談 ---- 81
圖5-4：文創協會總幹事斷句比例 ---- 81
圖5-5：與龍井區長訪談 ---- 83
圖5-6：龍井區長斷句比例 ---- 83
圖5-7：經營者綜合斷句比例 ---- 86
圖5-8：經營者斷句類別與構成範疇 ---- 88
圖5-9：與遊客訪談 ---- 93
圖5-10：遊客綜合斷句比例 ---- 93
圖5-11：訪談調查前五大魅力因素 ---- 95
圖5-12：訪談調查前五大減分因素 ---- 97
圖5-13：訪談調查前五大期待內容 ---- 99
圖5-14：遊客斷句類別與構成範疇 ---- 100
圖6-1：向人行道上的遊客發放問卷 ---- 106
圖6-2：向外國遊客發放問卷 ---- 106
圖6-3：遊客性別比例 ---- 107
圖6-4：遊客年齡層分布 ---- 107
圖6-5：遊客教育程度 ---- 108

圖6-6：遊客工作型態 ---------- 108
圖6-7：遊客居住地或國別 ---------- 109
圖6-8：遊客偏愛造訪時段 ---------- 111
圖6-9：遊客交通方式 ---------- 111
圖6-10：遊客停車位置 ---------- 112
圖6-11：預計停留時間 ---------- 112
圖6-12：遊客同行人數 ---------- 113
圖6-13：遊客造訪次數 ---------- 113
圖6-14：遊客造訪目的 ---------- 114
圖6-15：遊客再訪意願 ---------- 114
圖6-16：藝術街前五大魅力因素(問卷調查) ---------- 116
圖6-17：藝術街前五大減分因素(問卷調查) ---------- 118
圖6-18：IPA象限圖 ---------- 138
圖6-19：人行道前五大障礙物 ---------- 141
圖7-1：實施封街的替代駕駛路徑 ---------- 151
圖7-2：西班牙Cuenca步行商業街 ---------- 152

表目錄

表3-1：經營者逐字稿分析編碼表 ---- 30
表3-2：問卷結果計算方式 ---- 32
表3-3：李克特量表之五點量表 ---- 32
表3-4：屬性分類的決策矩陣 ---- 33
表4-1：公共固定設置物總表 ---- 62
表4-2：平假日停車比例表 ---- 67
表5-1：藝術街經營者執行內容簡歷 ---- 76
表5-2：定義經營者訪談內容之類別 ---- 77
表5-3：經營者訪談斷句統計表 ---- 78
表5-4：遊客訪談對象選定 ---- 89
表5-5：定義遊客訪談內容之類別 ---- 90
表5-6：遊客訪談斷句統計表 ---- 91
表5-7：遊客訪談滿意程度分析 ---- 92
表5-8：魅力因素斷句統計表 ---- 94
表5-9：減分因素斷句統計表 ---- 96
表5-10：期待內容斷句統計表 ---- 98
表5-11：遊客綜合因素斷句統計表 ---- 101
表5-12：遊客綜合因素交叉分析 ---- 102
表5-13：遊客與經營者觀點對照分析 ---- 105
表6-1：受訪者基本資料 ---- 110
表6-2：受訪者經驗與偏好 ---- 115
表6-3：魅力因素排序統計表 ---- 117
表6-4：減分因素排序統計表 ---- 119
表6-5：遊客「性別/年齡」差異分析 ---- 121
表6-6：遊客「性別/造訪目的」差異分析 ---- 121
表6-7：遊客「性別/再訪意願」差異分析 ---- 122
表6-8：遊客「性別/主要魅力因素」差異分析 ---- 122
表6-9：遊客「性別/主要減分因素」差異分析 ---- 123
表6-10：遊客「年齡/造訪目的」差異分析 ---- 124
表6-11：遊客「年齡/再訪意願」差異分析 ---- 125
表6-12：遊客「工作型態/造訪目的」差異分析 ---- 126
表6-13：遊客「工作型態/造訪時段」差異分析 ---- 127
表6-14：遊客「交通方式/停車位置」差異分析 ---- 128
表6-15：遊客「交通方式/感到難停車」差異分析 ---- 128
表6-16：遊客「國別/造訪目的」差異分析 ---- 129
表6-17：遊客「國別/綜合評價」差異分析 ---- 129
表6-18：問卷信效度分析總表 ---- 131
表6-19：kano綜合評價項目屬性分類 ---- 132
表6-20：環境構成因素之重要程度 ---- 135
表6-21：IPA矩陣分析參數 ---- 137
表6-22：人行道障礙物排序統計表 ---- 142
表6-23：kano步行空間評價項目屬性分類 ---- 143
表6-24：人行道構成因素之重要程度 ---- 145
表6-25：商圈經營決策分析表 ---- 146
表7-1：改善建議措施 ---- 150

第一章　緒 論

1-1. 研究背景與動機

即使台灣曾經是全球工作時數最高的國家之一，但自從政府在民國八十九年推動週休二日後，全體國民對於休閒活動的參與度可從國內外觀光旅遊人數的逐年遞增可見一斑；加上近年來推行的國民旅遊卡政策及開放陸客來台，更是明顯助益了國內的觀光旅遊發展。不過針對觀光景點的區域特色之現狀問題，台灣知名導演侯孝賢曾經在媒體前語重心長的說過：「拍了『悲情城市』，讓九份變成現在這樣，我有深深的罪惡感，人潮是帶來了，但地方文化特色留下來了嗎？」。隨著普羅大眾對於觀光與休閒的參與度及消費潛力逐漸提升，演變出許多著名的觀光商圈也順勢而生，但原本屬於獨具地方特色的觀光魅力卻在全球化的衝擊之下為了迎合廣泛的大眾消費口味，有越來越多的商家，販售的內容漸趨向一致性，使得商圈邁向「夜市化」，此舉將會使遊客減弱想再次造訪的動機。例如，使人有安心感的國際連鎖品牌接連進駐商圈雖可有助於當地居民生活機能的提升，卻是營造地方區域特色的無形殺手，而需要以多重感官加以體驗的商圈環境氛圍，若能歸納出一套科學並有系統的經營準則，將有助於未來在規畫時的參考依據，反觀若只是片面地複製別處成功的經驗而土法煉鋼、山寨造街，對於遊客回流的吸引力必定大打折扣。

幸虧在台中市龍井區已屹立 25 個年頭的東海藝術街依舊秉持著理想國度的精神與充滿藝術風格的生活環境為特色，作為國內第一個以當地居民及商家自發性參與社區總體營造之絕佳典範。至今依舊以迷人的歐式風格步行街道為軸線往兩旁巷弄延伸出更具規模的棋盤狀街廓，散布著各具特色的藝品店與餐館，藉此吸引了許多藝術與美食愛好者前來探訪，尤其在假日午後常會舉行各式藝文活動更因此聚集著了絡繹不絕的人潮，而成為台中市的知名觀光景點。

但就觀光的本質來說，若要遊客因受到各地獨特的文化或區域特色所吸引而前來，就必需要整合當地的交通指標系統、旅遊導覽資訊、活用公私領域空間等配套措施，才能有效實現創新區域特色之理想。因在地的觀光魅力必須先引起當地商家的共鳴或讓居民引以為傲，如此的觀光產業才能融入於日常生活中，與當地環境、經營者及居民達到具有高度共識的認同感，在此同時才會開始增加更多觀光價值與永續發展的機會。

1-2. 研究目的

當我們首度探訪一個觀光景點時，對於當時「空間的狀況」在一定的程度上會決定我們對當地的環境意象，而設置於環境中的空間元素，如街道家具、臨時設置物、植栽、路面的鋪裝平順程度等與設置方式，也對遊客的活動產生了相當程度的影響，亦決定了人們對觀光商圈之整體印象。觀察我們日常的生活空間是由公共及私人空間所構成，其領域界限由法律規定的很清楚，然而當我們行經觀光商圈步行路徑所觸及之地，不必然完全是公有空間，觀察人們在活動時，通常也不會在意空間之所有權歸屬，而是關注在空間的使用方式並運用公私領域從事各種活動，使都市空間更具多樣性及活力。因此，如何在住商混合的共生環境中，營造更具區域特色、安全舒適的步行觀光商圈肯定是藝術街在未來發展的重要一環。

本研究以不同族群(社區經營者與遊客)的觀點討論藝術街的現狀，整理出雙方所共同關注的環境構成要素之正反面評價與期待內容，並經過遊客問卷調查以探討對於藝術街的環境魅力因素為何，更進一步將其內容彙整為可供經營者參考的執行目標。

1-3. 研究內容與範圍

本研究重心為探討一般遊客對於東海藝術街的綜合評價分析，因此研究的內容包含：瞭解遊客對於外在環境的客觀認知，以及內在心理層面的主觀感受，藉此分析能更吸引遊客再度前來的公私領域魅力因素。為有效控制變因，以利於深入分析及探討，因此將研究範圍設定如下：

(1)研究範圍

以觀光客分布最多的主要道路軸線作為探討區域，研究範圍鎖定在藝術街的人行道及廣場為主，此單行道為長度約 310 公尺的上坡道，橫跨 5 個街區(圖 1-1)。

圖 1-1：東海藝術街空照圖(Google maps)

(2)訪談對象

以「社區經營者」與「一般遊客」作為要進行訪談的兩大族群。「社區經營者」的訪談對象包含開創藝術街社區營造的建築師、在當地負責統籌規畫許多藝文活動的文創協會，以及代表公部門實施各項改善工程的龍井區長。「一般遊客」的訪談對象則以男、女各半，含括老、中、青 3 個年齡層共 12 人，在平、假日的廣場上或周邊範圍針對遊客進行隨意抽樣訪談，以利於受訪者在當下可實地觀察環境或藉由即時的感官體驗作出較正確的描述，避免因記憶模糊而產生錯誤解讀或籠統印象。

(3)問卷發放

以隨意抽樣方式於平、假日的下午在廣場上與周邊範圍向遊客發放問卷。對象鎖定為正在藝術街遊覽或休憩的民眾，希望遊客們能依據即時的感官回饋作為較可靠的評斷標準，提升受測者在填寫眾多問卷項目時的可信賴程度。

1-4. 研究流程與架構

(一)研究目的之確立

探討遊客對於觀光商圈的綜合評價與期待內容，以驗證社區經營者之理想價值，並可作為未來在規畫街區時能善加活用公私領域的經營準則。

(二)文獻收集與探討

收集相關文獻與整理，綜合探討：(1)街區營造、(2)環境魅力因素、(3)人的習性、(4)國外相關案例，作為本研究的理論基礎及設計調查內容時的參考依據。

(三)研究設計與方法

擬定接續要進行各項調查的流程與選擇適用於不同調查內容的測量工具。

(四)基地調查與分析

調查範圍從分析公私領域之特性及記錄分布其中的設置物內容到觀察遊客的行為與活動等範疇，以深入瞭解當地的區域特色

(五)經營者與遊客訪談

針對雙方進行深入訪談調查，以瞭解其理念價值與綜合觀點，並擷取訪談內容中的關鍵因子作為問卷題項之設計依據。

(六)遊客問卷調查

藉此瞭解遊客在觀光過程中,對於各項構成商圈健全發展的因素之各別評價，以驗證經營者的理想價值之執行成效，並研討能提升遊客滿意度之措施。

(七)結論與建議

綜合分析上述章結所探討的內容與調查結果歸納出活用藝術街公私領域的策略，提供社區經營者創出步行觀光商圈之魅力，以及未來發展的相關課題。

在此將以上所述內容繪製為如圖 1-2 所示，以明確呈現各階段內容之環結。

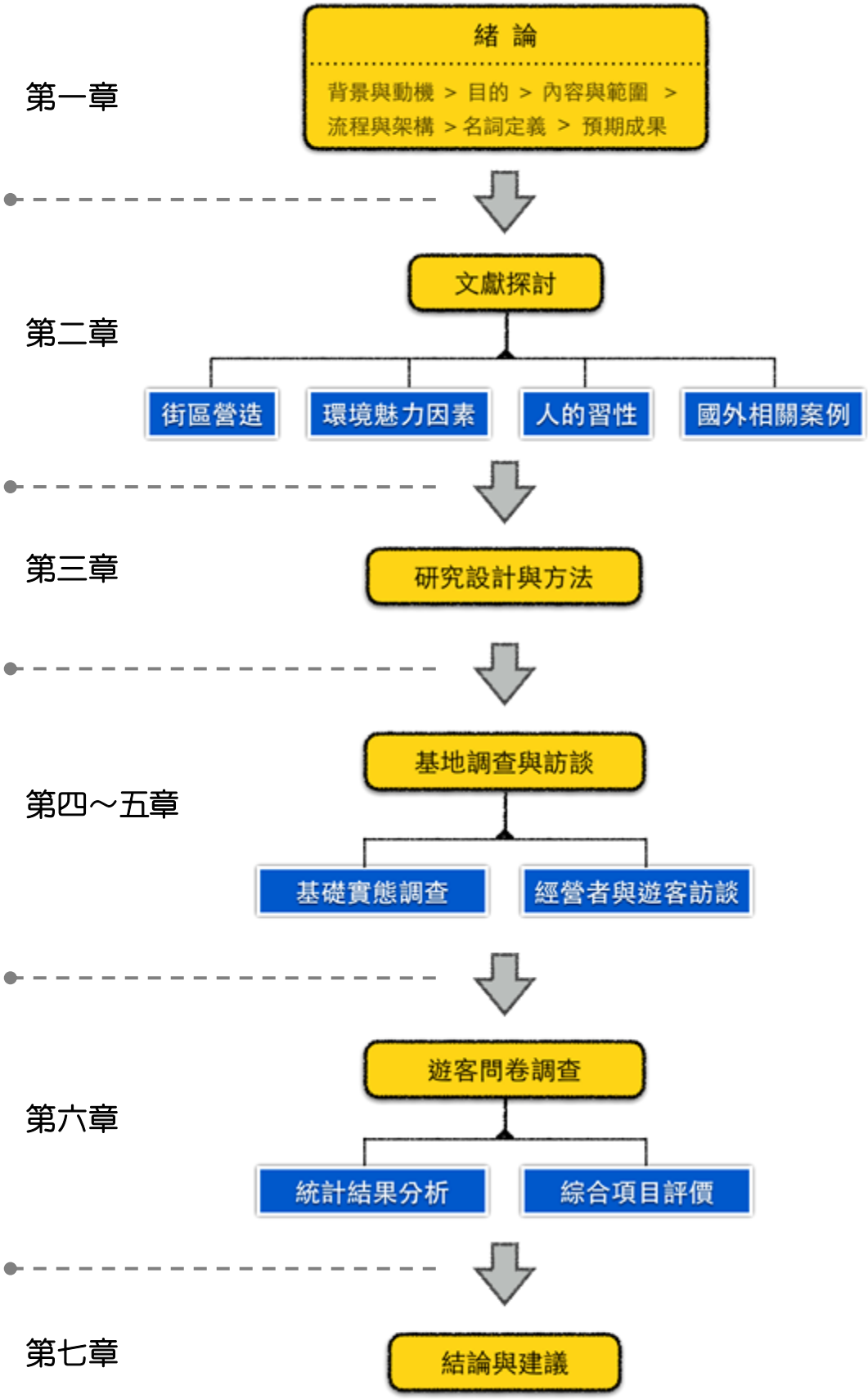

圖 1-2：研究流程圖

1-5. 名詞定義

1-5-1. 公私領域

「公私領域」，這樣的空間形式自古即存在於都市之中，屬於半公半私的空間，其境界領域也不十分明確，卻又與人們多樣的活動與情感的交流息息相關，是種具有多義性、無明確目的的領域空間。該領域具有空間潤滑劑的媒介機能，可緩衝公共空間與私人空間之對立型態，使都市空間更具柔軟性、多樣性及活力，人們在此從事步行、聚會、休閒、購物、觀察等種種活動，體會因其所帶來「多樣交流」的豐富生活，不僅提升區域魅力，也帶來觀光效益【1】。因此，具多樣化性格的公私領域，對於創造出豐富的生活環境與觀光魅力具有十分重要的功能。

1-5-2. 臨時設置物

臨時設置物(Temporary Elements)是指在戶外空間中之可動且非為常設性之元素，多為商家基於某種目的所設置之物品(圖1-3)，通常隨著商家的營業時間而出現並依據設置場所屬性與限制，而有所增減與多樣化之設置形式；尤其常見在商業行為頻繁之地區，例如商家推出店面的商品陳列架、美化環境設施、阻隔機車停放設施等均屬於臨時設置物【1】。

圖 1-3：商家前的臨時設置物(本研究拍攝)

1-6. 預期成果

研究成果預期可作為公部門或地方組織在未來推動藝術街環境規劃時的執行準則，並期待還有機會能整合周邊街區空間，以創造出更為迷人的藝文社區；讓藝術街能延續理想初衷並賦予新的活力，成為台中市獨具一格的文創基地。

引用文獻：

【1】陳明石(1999)。都市の街路空間における公私中間領域の働き。千葉大學大學院自然科學研究科，博士論文。

第二章　文獻探討

在本章結中將針對與研究主題相關的文獻進行廣泛的收集與探討，根據內容屬性可分為四大類別：(1)街區營造、(2)環境魅力因素、(3)人的習性、(4)國外相關案例，以上資料皆可作為本研究的理論基礎及設計調查內容時的參考依據。

2-1. 街區營造

2-1-1. 藝術與社區

「藝術村」有別於一般美術館、畫廊等展覽性質的空間，它提供創作者適合的環境，讓他們聚集相互激盪，又各自為體、獨立思考，研究與探索創作的可能性。換言之，藝術村為藝術家設立專業創作場域，創作者也藉由駐村彼此交流互動【1】。自從 1994 年政府開啟社區總體營造政策，1998 年公布[公共藝術設置辦法]，兩者雖然相距不遠，但一直不甚有交集；直到近年來，社區營造與公共藝術才開始產生交集，社區營造者嘗試引進藝術家協助改造藝術空間，藝術家也逐漸注意到社區型公共空間的價值，而針對它發想創作議題，選作創作基地【2】。曾旭正(2009)主張公共空間的生產應該被特別對待，因為它的生產過程不僅涉及實質空間的產出，更關係到抽象的「公共領域」的塑造；為此，傳統將公共空間視為一般空間生產的延伸，仍以設計者為生產過程中的主要決策者是應該被重新檢討。「使用者參與」可視為此一反省下的實踐，但它的基礎仍是設計者中心，也應更徹底地回歸「自力營造」，讓動手做成為空間主導權回歸民眾的有力象徵，同時也讓人們動手經營屬於他們自己的公共的存在【3】。而且當人們在形塑周遭環境時，都會為其注入某種特色，這種活動是創造吸引力和交流的基礎，且不可能為所有針對性的都市計劃所仿效【4】。如此藉由藝術融入社區的力量，可將居民的想像力經過整合達成共識後，延伸成可具體實踐的環境認同，並與社區更緊密串連成一擁有在地風格與歸屬感的生活型態。但綜觀社區總營造的範疇其涉及的課題含括廣泛，不論是宮崎清教授指出的人、文、地、產、景或是三生概念所提及的生活、生產、生態，現實推動下都需要依社區的實際狀況作不同的規劃，並隨著社區的成長作適度調整【5】。

2-1-2. 街廓型式

單調的棋盤式街道其實也能促成城市的靈活性與多樣性，棋盤式街道不僅能提供明確簡單的方向，也給與行人莫大的自由(從甲地到乙地，行人有多種走法)，能使人們深入認識城市，進而更自主地行動，只要換一個新角度，便能有全新的體驗；因此儘管街道整整齊齊，城市意象仍會不斷變動【4】。也意味著可在同樣的街廓當中造就不一樣的街區，即便像棋盤式街廓的二度空間紀律也會為三度空間的無秩序創造意想不到的自由(圖 2-1)。這種街廓會在控制與非控制之間確立新的平衡，讓城市同時兼具秩序與變動，成為混亂中見嚴謹的大都會【6】。但唯有劃定邊界，無論有多不明顯，鄰里街坊才能成長【4】；必須將有限的資源及優勢，集中在可見的特定區域中提供永續發展與茁壯的機會。

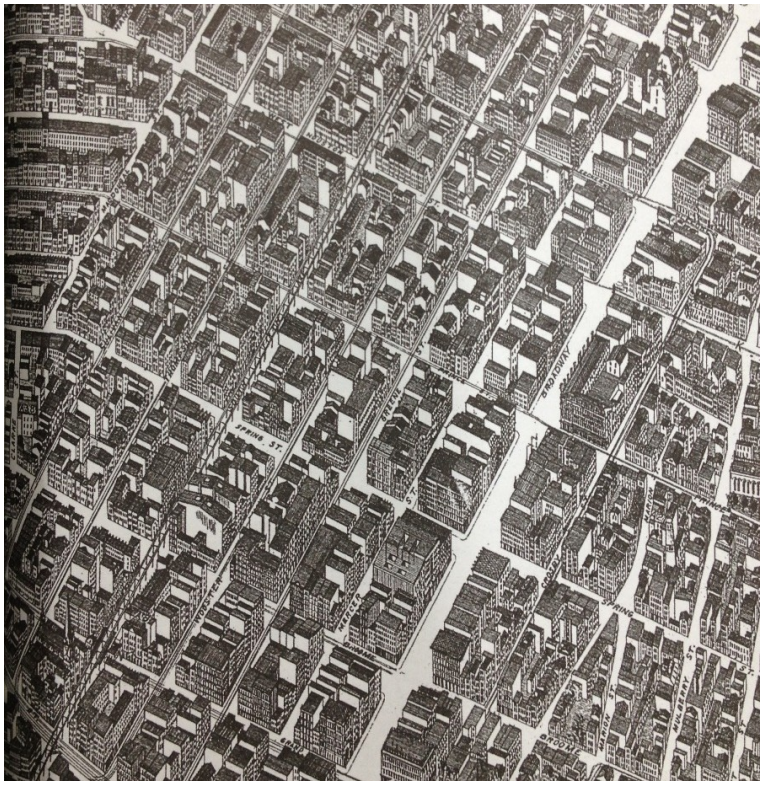

圖 2-1：美國紐約蘇活區的俯視圖(1879 年)《Urban Code》

2-1-3. 步行空間

好的觀光商圈需要有完善的步行空間來加持，藉此守護遊客在逛街時遠離車輛的威脅與增進移動過程中的舒適性(圖 2-2)。Allan B. Jacobs(2006)認為沒有其他的方式是比設置人行道來分隔人群與車輛更好的，尤其是當你身處於狹窄又擁擠的街道上，不然只會使人車間的距離更混亂【7】。因此，步道在支持行人的使用與對抗汽車往來的抑制影響上扮演著一個複雜的角色，它們需要兩個更進一步的地帶：一個中央地帶給行人活動，和緩衝地帶將它與車流空間分開；在這行人流動的地帶與車道之間，應該允許一個令人感到舒適的空間且寬度必須適合於行人往來程度的需求(圖 2-3)【8】。而儘管我們所熟悉的柵欄和人行道是最常見到用來隔離與保護行人免於車輛威脅的方式，但這只是一種形勢上的隔離，並不能完全提供人們舒適感與安全感；如果可以把路邊的行道樹增加到一定的數量，這樣才能創造出一個令人感到較安全的徒步區域【7】。

圖 2-2：日本神奈川 元町購物街

《最佳環境設計選集》

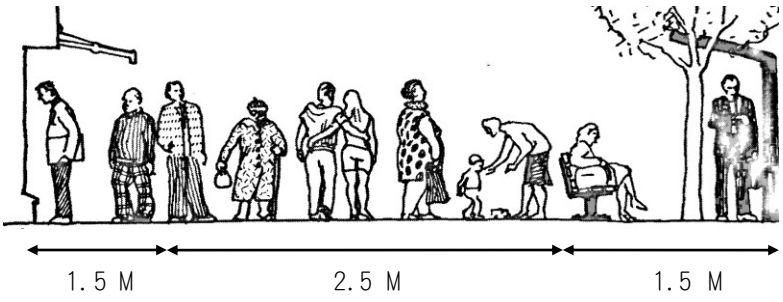

圖 2-3：適當的步行空間《Responsive Environments》

若是利用步行作為移動的方式將會感受到在街道上的所見所聞，這些在日常生活中的公眾生活和溝通的樂趣是多麼容易發生。而且步行能使人在都市環境中感到更親近，無論是在商店、住家、普通的環境或人群，所以除了允許人們能從到處行走並獲得交通工具協助的易達性以外，街道還應該要能夠提供更多的服務，包括：聚集人群、建築間的聯繫、引發人群的互動而減少孤寂感。因此，社區內的居民可以透過街道的活動與聯絡來達到社會化與參與性的工作【7】。

散步區是因應人類需求而產生的空間，散步、走上走下、看與被看；這些體現了從感官、社會接觸到消費需求。因此，散步區不止具聯繫的功用，它還俱備許多強化公共社群的功能，為了這個目的，散步區需要強而有力的標地以便經常引發和集中活動，例如教堂和咖啡館、樹木和雕像、商品和餐廳、博物館和橋樑；這類標地的密度越高、變化越多，沿散步區來往的人就會越多元，越大量，它也越可能成為當地重要的熱點【4】。也因此就一個地區而言，在都市計劃者眼中沒有比充滿人潮的人行道更棒的了，但同樣的情況也會引起當地居民的不滿。像是原本狹窄的人行道，會被散布的街販或塞進路邊停靠的車輛搞的更擁擠，使步行者無法快速挪移(圖 2-4)，可見人行道寬敞是好事，但那似乎只會提供更自由的合法空間給街販【4】；於是針對該如何拿捏及充分利用有限的公共空間，便成為了經營及管理單位需要謹慎面對的迫切問題。

圖 2-4：被街販所壓縮的步行空間(本研究拍攝)

2-1-4. 車輛交通

機動車輛的易達性對於觀光景點的持續發展有著深遠的影響，但若以社區居民的觀點所期盼的地區道路是必須提供回家的路徑，但應避免四通八達【9】，而且單向交通能同時疏通原本壅塞的街道，並維持當地居民的生活品質(圖 2-5)【4】。

至於滿足交通基本需求的停車空間與行人密度之間似乎有強大的相互作用，行人密度高的街道通常會廢除停車位，這有很多原因：首先，房地產的價值與人潮成正比，而停車位的獲利較低；另外，為了支持理想化的城市意象，把車子藏進不顯眼的棟隙中(圖 2-6)，儼然成為一種趨勢。值得一提的是，一個地區要人升鼎沸，鄰近的停車空間扮演了重要的角色，因此如何將最多車子塞入最小的空間，成了無法避免的課題【4】。

圖 2-5：藝術街的單行道措施(本研究拍攝)

圖 2-6：藝術街巷弄棟隙(本研究拍攝)

2-1-5. 公私領域

介於公共空間與私人領域之間的模糊地帶，以無形的方式不斷的出現在我們所生活的介面中，影響著我們對於外在環境的感官與活動內容，同時也具有空間潤滑劑的媒介機能，可緩衝公共空間與私人空間之對立型態，使都市空間更具柔軟性、多樣性及活力【10】。法國的藝評家卡特琳・古特具體地如此描述：「公共空間不只是眾多個體集結的空間，它尤其是一個可以讓人相遇、相互聆聽的空間，一個含有視覺與聽覺的空間。.....在這裡，群眾交換他們的觀點，甚至共同為改善更好環境的條件而一起行動。.....公共空間的存在建立於與他人同在的可能性。」【11】。反觀美國著名的都市學家林區（Lynch,K.）早在 1970 年代提出的「開放性」（openness）是最經典、最具啟發性的，他強調在集居的生活中，「開放空間」(open space)與「開放性」的重要，並提出五項開放空間應該具備的價值:「提供選擇」(choice)、「自主掌控」(mastery)、「新的刺激」(new stimuli)、「社會接觸」(social contact)和「環境意象」(environment image)【12】。也就是說，這是五種有關人之公共所在的理想特質，可歸結為「開放性」一詞，而「選擇、主控、刺激、接觸、意象」，也正是五種「在」的樣態【13】。而我們基本選擇的依據是來自我們擁有生活在公共與私人空間的能力；因此，為了豐富這樣的包容力，公共空間與私人空間兩者都有存在的必要，人們需要穿越它們之間的界面，由於它們彼此是互補的，所以也無法單獨運作。事實上，介於公共與私人空間之中的交互作用給予人們另一個主要的豐富性與選擇的來源，公私領域對任何一種滲透性而言都有著不同的密切關係【8】。

2-2. 環境魅力因素

2-2-1. 空間意象

每個行人都會對一個地區的環境有屬於自己的意象，但不同人的意象之間仍存在著基本的相似點【4】。像是我們所生活的城市是由場景構成，而場景是有語法的，包含隱藏式的相互依賴性、看不見的力量，以及決定人們何以在城市裡那樣移動、聚集、停留，和表現種種行為姿態的不成文歸定。這些場景對我們來說並不陌生，我們早已將它們視為既定的行為準則和熟悉的生活模式【4】。

都市規劃師 Kevin Lynch 對於城市街景中主要的實質元素，他曾經建議這些特色可區分為五種重要的元素(圖 2-7)：(1)路徑、(2)節點、(3)地標、(4)邊界、(5)區域【8】。

(1)路徑：路徑是這些元素中最具影響性的元素，它們是提供人們移動的管道：弄、街、汽車道、鐵道或其他，同時對多數人來說是他們對都市意象中最重要的造型。

(2)節點：節點是焦點場所，例如路徑的交叉點。

(3)地標：地標是人們從外部參考體驗最多的點。

(4)邊界：邊界是線性元素，他不被當作路徑用途，或著通常從許多角度看，它們路徑的特質並不清楚。

(5)區域：路徑、節點、地標和邊界建構成這個都市意象的架構，以及都市中較相似的地區。

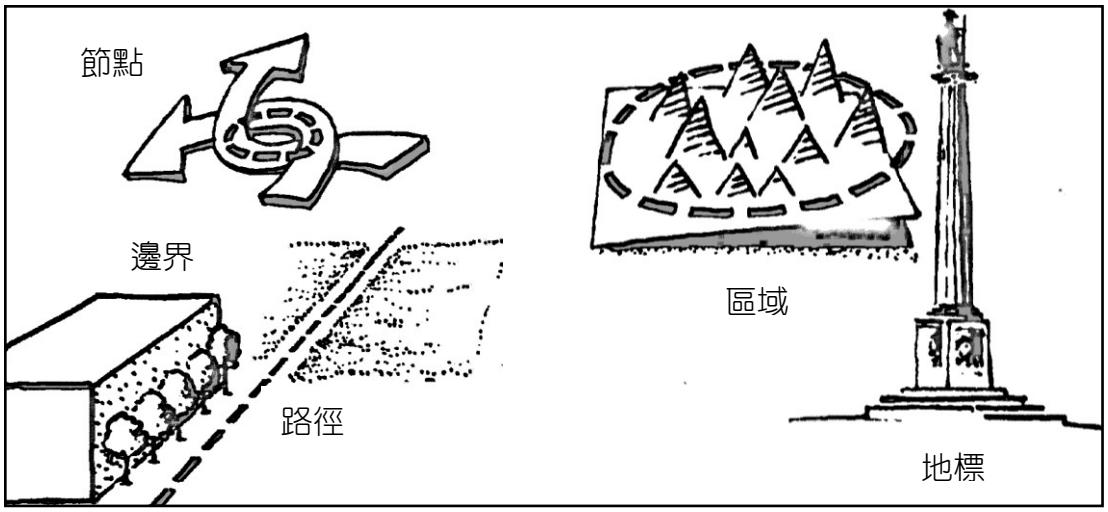

圖 2-7：街景中主要的實質元素《Responsive Environments》

也就因為我們所認知的世界是由自然環境與人為設施所串連起的空間意象，所以建築永遠不會單獨存在。不論建築師是有意無意，每一棟建築物都和旁邊的、背後的、附近的、街上的其它建築產生某種關係，若附近沒有任何建築，也會和自然環境結合，而這種結合一樣有意義【14】。當我們再延伸到戶外空間時，可發現到有兩種截然不同的類型：消極的與積極的空間，沒有輪廓的戶外空間就是消極的空間，例如兩棟相鄰建築物之間殘留的空地；當戶外空間有明確的輪廓，和一個房間一樣清楚的輪廓，且其輪廓和周圍建築物的輪廓同樣重要時，才是積極的空間【9】。更近一步來說，在建築物內的一些活動也許受益自能夠延伸到相鄰的戶外空間，當這類的情形發生時，也會對空間裡的活動有幫助，並藉由視覺的接觸可以使得觀眾對這個場所感到更有趣(圖 2-8)。

圖 2-8：春水堂戶外用餐區(本研究拍攝)

任何這類對戶外活動能產生幫助的戶外空間，我們稱之為積極的空間【8】。因此對社區的發展來說，最重要的條件包括：該地的功能與空間較利於行人而非車輛、有緊密的社會化界面網路（network of social interfaces）、依人們需求量身打造的環境、夠多給人坐的地方、有陽光灑進來、能享受遮蔭、尋得安寧和與他人往來、以及在可預期性與驚喜之間維持微妙的平衡等等；因此，街上可以有各種不同的活動同時發展，一起存在【4】。

2-2-2. 商業群聚

促使藝廊業者、商店老闆和其他生意人在特定地區開展事業的，是「地區限定」的優勢，這方面的誘惑包括基礎建設或環境氣氛等條件，一但這些優勢被鑑別出來，當地就會發展各種用途。隨著購物區趨於飽和，會有越來越多人慕名而來，繼而提高當地的獲利；漸漸地，個別業者開始形成協同群聚（synergetic cluster），而這種群聚的誘惑力遠大於單打獨鬥【4】。正因如此，只要一個地區能維持成長，其中心地帶便會發展成更密集、更活絡的熱點，進而成為商業策略的焦點所在。各店家之所以會相互連結成為群聚，首要因素是它們對人潮的影響，群聚會嘗試盡可能多元發展，讓整個區域更吸引人；另外，多種產業和睦共存的現象也會改變這個地區給人的觀感(圖 2-9)。這麼一來，城市意象便像一個螢幕，反射出該區域的商業行銷概念【4】。

反觀街販們如果要長期佔據位置，他們勢必策略性地選擇在產品類似的店面附近；因此，賣皮手套的會把攤子擺在熙來攘往的皮鞋店門前，希望能盡量接近對其商品有興趣的消費者，在此同時，來攤販選購的顧客，也會注意到後面商家琳琅滿目的產品【4】；藉此達到一加一大於二的群聚效應，以提升商家獲利優勢，又能增進吸引遊客的因素。

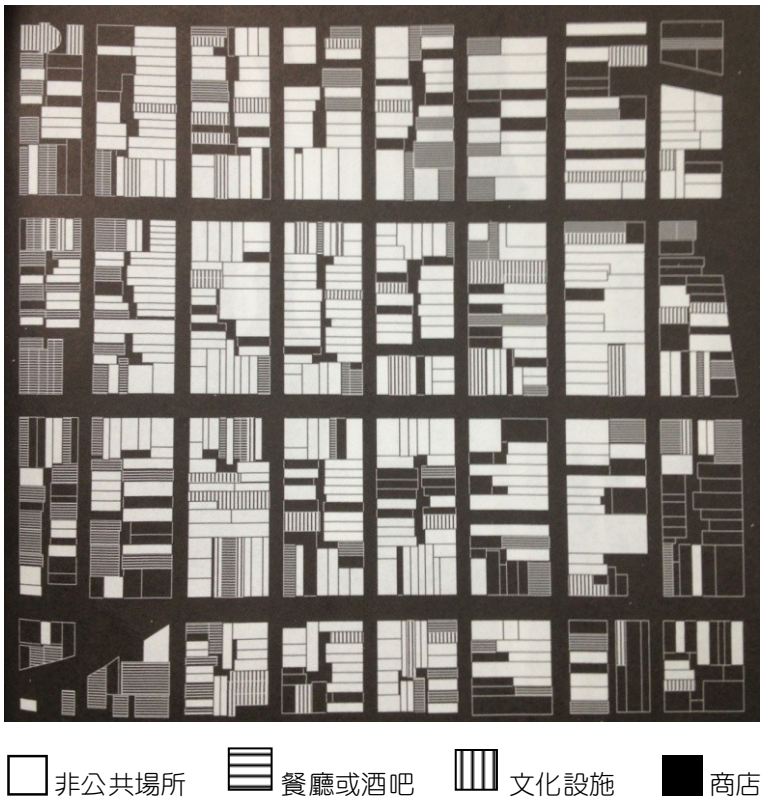

圖 2-9：紐約蘇活區的商店及中情形(2008 年)《Urban Code》

2-2-3. 自然元素

最好的街道都是很舒適的，至少是像在自己最習慣的環境般舒服，當感到寒冷或陰涼時，這樣的街道都會提供溫暖與陽光給人享受；而炎熱時，在此處則會感到涼爽，街道會提供各種和自然環境合理接觸的方式，而非阻擋或禁止人們接觸大自然【7】。

2-2-4. 人的吸引力

最吸引人的東西，似乎是其他人【15】。人行道如果不斷有人使用，除了增加關注街道的雙眼，也誘使路邊建築物裡的人們更頻繁地關注人行道【16】；反觀沒有活動的街道有著淒涼、哀傷的感覺，街道需要人群，因為它是為人群設計的，其活力也是來自於此，同時也為人群提供交流的場所【7】。人對人的吸引力可形容為一種有組織的循環，一旦某個地方因人群開始聚集而看似有吸引力，這種循環就會形成；而且人潮在一處密度集中，遠比同樣的人數平均分佈，更能營造街頭的氣氛【4】。因為人們聚集的景象會吸引更多人聚集，人們愛看熱鬧、愛看其他人的習性，在世界各地的城市皆歷歷可見【16】；也因此形成了街頭藝術家傾向在跟上都市生活脈動的地方演出(圖 2-10)。於是，會有更多生命力注入這些地方，相對其他仍然欠缺城市氛圍的地點，也留給都市計劃者一大難題：如何創造刺激，為較無人造訪的地區帶來活力【4】。

圖 2-10：台北信義區街頭藝人演出(本研究拍攝)

2-3. 人的習性

2-3-1. 聚集於廣場

空地與人潮之間確實有強烈的相互依賴性，而空地常會成為人潮集中處，像是：私有的空間、休憩的空間、新發現的空間、以及建築棟隙（niche），始終在城市機能上扮演舉足輕重的角色【4】。然而公共廣場、中庭或十字路口越小，遇見鄰居或朋友的機會就越高；因此，不單是這些地方的「存在」，這些地方的「規模」也對一地的社交網絡有影響。整體來說，廣場的面積不會太大也不會太小，都市環境中的廣場規模通常是依使用人數而定，如果有十幾個人同時在小廣場就堪稱擁擠了，稍大一點的廣場，如果也是十幾個人使用或許看來就很荒涼。亟需親密感與安全感的住宅區向來需要一些小廣場，只要在上頭同時有三、四個人便能活絡起來的廣場【4】；因此，存在於社區中的小空間（廣場）有巨大的加乘效果(圖 2-11)，不要只看使用它的人數，還有更多經過它、對它產生共鳴，甚至把它視為城市中心而前來探訪的人【15】。

圖 2-11：藝術街柯比意廣場(本研究拍攝)

2-3-2. 休憩行為

人們最常坐在有很多位子可以坐的地方，雖然座椅並非促進廣場具有活力的唯一因素，卻是最重要的；觀察沒有座位的公共廣場，明顯人煙稀少【15】。而當一個人在戶外找地方坐下來的時候，他很少會選擇一個開放空間的中央，他通常會找棵樹，讓他的背能倚靠；或在地面找個凹處，一個可以部分包住他、遮住他的自然豁口.....為求舒坦，人會希望他的身體能得到一定程度的包覆【9】。因此就算某個空間其實是消極的，它也可以被小小的壁面突出部分、一段樓梯、建築間的棟隙和不同的用途切分成數個積極的部分；這些部分可被認知為明確的區塊，在這些小而積極的外部空間，人們會覺得比待在消極的外部空間更輕鬆而安全。這種「被包覆」與「被圍繞」的需求，來自我們最原始的本能【17】。

2-3-3. 尋路過程

在找路的過程中，行人會用的策略性連結是「環境意象」（Environmental image）：個人對於外在物質世界既有的概括性心理圖像，這種意象是當下的感應和過去經驗記憶的共同產物，用以詮釋資訊、引領行動【18】。儘管如此，往往，人們選擇的可能是較慢的路線，只因為他們比較喜歡那裡的氣氛；很多人在決定要不要走某條人行道時，著眼的是街道兩旁的景觀，而非它有多寬敞【4】，或能多有效率的快速抵達目的地。

2-3-4. 商業活動

街販對於行人的流動有正面影響，其不僅形同行人與車流之間的緩衝，也提供人們視覺與聽覺的參考點，這有助於提升行人的安全感；在叫賣與談笑之間，街販創造了某種形態的街頭劇場，也能舒緩行人的壓力【4】。但對於過多與密集的攤商是否會間接造成街道過於擁擠以影響行人的通行，卻也是值得關注的問題。

相較於前往大型的購物中心，人們更常進行小型購物行程；因路途較短，購物較快，而且是在熟悉的社區裡。在地的食品店更能直接、迅速滿足居民的日常需求，也促進人與人的互動，強化社區意識【4】。

2-4. 國外相關案例

2-4-1. 西班牙：巴賽隆納 拉菲爾

西班牙「設計的民主主義」從 80 年代展開，並發起都市空間的革新。都市在長眠之後覺醒，每個荒廢已久的角落和公共場所開始重新變裝，巴賽隆納的頂尖建築家們開始聚集，著手進行都市更新計劃。Beth Galli 設計者協會會長在都市重建的時候這樣說：「當時巴賽隆納的市民對都市完全沒有自信，他們只想要繼續待在灰暗、低劣的居住環境之下，所以首要之務就是讓居民對都市有信心。」。而培養市民的自信最成功的的例子之一就是「B design」大賽，Beth Galli 表示：「公共場所開始改造之後，會發生骨牌效應，市民會希望整個城市就像自己的家一樣被裝飾地美美的。」【19】。

當廣場、街道、公園等公共場所率先進行整修，整個城市都會被感染，此後骨牌效應開始了，每個建築物的持有人開始整修建築物的外觀，自發性的開始整頓街道。而拉菲爾（Raval）是整個地區的中心，此地區原本是充滿北非、亞洲與東歐低所得移民者的居住地，街道擁擠雜亂，後來在許多年輕藝術家的工作室進駐後，才藉由「藝術輸血」的方式轉化拉斐爾，成為領導時尚流行的地區，而此地的觀光客也逐年增多(圖 2-12)。相較於藝術街的歷史演進也是以藝術為媒介，藉由不同層次的滲透入社區的各個角落之中，將早期殘破的街區引進了迷人的藝術氣息，並透過建築師與執行團隊的努力不懈，把基礎建設的資源條件做出大幅度的有效改善。因此吸引了不少包含藝術創作者在內的第一批住戶及商家共同生活，並在往後的居民自發性環境營造中埋下了等待發芽的種子，並成為有利於商圈塑造區域魅力的契機。

圖 2-12：巴賽隆納 拉菲爾(flickr)

2-4-2. 美國：紐約 蘇活區

蘇活區曾經是城市中的荒地，與失業、犯罪和衰敗奮戰；但是今天，這個地區是世上最朝氣蓬勃的地方之一【4】。回顧蘇活區在 1960-70 年代開始著名，原因是一群藝術家被此區的廉價租金吸引，開始進駐租用漸漸搬走的工廠，變成辦公室及攝影樓，其鄰近區域也在其後的數十年內急速發展。最後，真正的藝術家又漸漸搬走，剩下藝術館、精品店、特色餐廳及年輕專業人士留守，這種發展被稱為「蘇活效應」，在美國多個城市都有出現(圖 2-13)【20】。對照於現今的藝術街商圈經營型態，也可以發現到「蘇活效應」的痕跡，兩者皆是引進藝術之後才將社區活化，但在商圈逐漸茁壯的過程中，不可避免並伴隨而來的卻是水漲船高的店面租金，也使得有部分的藝術創作者難以在專心創作的同時還要兼顧經營成本的沉重壓力，因而只好轉移陣地。

圖 2-13：紐約 蘇活區(擷取自 0ocities.org)

2-4-3. 巴西：里約 熱內盧

位於里約熱內盧的貧民窟聖塔馬塔（Santa Marta),近年重生為藝術特區，其中最引人注目的，是兩位荷蘭藝術家傑隆・庫哈斯（Jeroen Koolhaas）以及得雷・爾翰（Dre Urhahn）和當地人攜手合作，將圍繞坎陶廣場（Praça Cantão）的 34 棟房屋彩繪為色彩繽紛的萬花筒(圖 2-14)。這裡原本都只有單調的灰色水泥牆，如今這大膽又具爆炸性的粉刷令人驚艷，豐富的色相展開，就像旭日從這貧民窟升起。聖塔馬塔容納超過一萬個居民，曾經是里約最暴力的城鎮，不過他們正在成長進步，並且有了很大的改變，當地政府決定將整座位於山坡上的貧民窟加以彩繪；原本大家還很存疑，但是後來當地人都對這樣的改造感到相當興奮。參與計劃的當地人以 25 人為一組，其中一位工作人員表示：「大家都想要這樣的風格。」另一位則是很驕傲的說：「現在大家都稱呼我們為藝術家。」這對荷蘭藝術家表示：「我們相信利用這些方式可以達成真正的改變，不只是改變外觀而已，而是從政治上以及社會上做改變。」【21】。

圖 2-14：里約 熱內盧的貧民窟聖塔馬塔（Santa Marta)《孤獨星球》

2-4-4. 日本：川越市 一番街

現今的川越一番街給人「所有的東西都是為傳統而設置」的感覺，是不容許傳統因為開發而毀壞的乾淨地帶；整條街是傳統房屋做成的倉庫，主要是以黑色和灰色為主做色彩的變化，給人整體一致的街道景觀(圖 2-15)。

圖 2-15：川越市 一番街(擷取自 Minkara carview.co jp)

回顧此地造街的歷史可瞭解到，光是街景再造委員會就共有 200 人參與，要將長達 420 公尺的街道回覆傳統景觀，進行過好幾次公聽會，指定街道設施、招牌顏色與材質、建築物玄關的界線。具體來說，就是倉庫的主要顏色要以黑色為基礎，用黑色和原木色作為建築與招牌的顏色，建物的高度最高兩層樓，為了讓觀光客能夠方便逛街、欣賞四週，把道路的指示通通拿掉，而且實施電線地下化，給人乾淨的印象。1989 年有五個店家按照此計劃成功的重建之後，保護傳統建築的風氣，像骨牌效應一樣展開，漸漸開始有很多的商家用古色古香的雕花、小東西裝飾店面；而且當他們做新的招牌或是希望再次裝飾建物外觀的時候，一定會從街景再造委員會收集居民的意見與認可，這樣的集會很麻煩，但是一番街的居民卻樂在其中。因為這不是官方強制的方針，而是居民自發性共同設立的界限，所以很少有抵抗的情形發生；帶領一番街改造的餐具老闆 Hara Tomoyuki 就認為「很多城市都是用上命下達的方式展開都市更新，與居民的想法毫無關聯，只是一意孤行，當然沒有效果；因此讓居民先行動，在政策上我們成為支持的後盾，這就是我們都市設計的策略，之後再開始公共設計的革命，這就是最重要、最有成效的原因了。」【19】。

2-5. 文獻小結

在「街區營造」章節中我們可發現藉由藝術的力量來帶領民眾共同參與社區改造是能有效創造當地特色與居民歸屬感的重要媒介；而在街區中的公私領域可成為民眾在進行多樣化活動與促進人群交流的平台，其中的步行空間也更應該要能符合使行人感到舒適與安全的特性；另外，整合完善的交通措施將可滿足機動車輛的易達性與方便停車的優勢，如此才能增進遊客對於觀光商圈在硬體層面的良好印象。同時，在軟體層面也要具備相輔相成的「環境魅因素」才可提升商圈的多元活力，像是商業群聚的魅力會增加遊客願意造訪的誘因，而在商圈中藉由各式設置物與自然元素所轉換的空間意象，以及街頭活動所產生的吸引力，都能有助於形塑整個商圈的迷人氛圍。因此，若以環境行為學的角度來探究「人的習性」，會發現人們特別喜歡聚集於廣場等熱鬧的環境，並且選擇休憩於在具有包覆感或顯著輪廓的空間角落。最後參考「國外相關案例」以瞭解各國在不同文化背景與歷史因素之下共同對翻新舊有街區與保留文化資產的態度和歷程，發現民眾的自發參與可說是能有效貫徹執行街區改造的最大關鍵；此時，政府只需適度的扶持和提供經濟的挹注即可將這股活化的動力發揮至最大的成效。

引用文獻：

【1】蕭淑文(1990)。閒置空間・新造化。

【2】曾旭正(2009)。在社區營造藝術。

【3】曾旭正(2009)。從他的空間到咱的所在-反思公共空間的生產理論。

【4】Anne,M. & Moritz,P.(2012).Urban Code.

【5】呂耀中(2009)。在社區營造藝術-土溝農村藝術歷程。

【6】Rem,Koolhaas(1994).Delirious New York: A Retroactive Manifesto for Manhattan.

【7】Allan B.Jacobs(2006).城市大街-景觀街道設計模式與原則。

【8】Ian,Bentley / Alan,Alcock / Paul,Murrain / Sue,McGlynn / Graham,Smith (1989).Responsive Environments.

【9】模式語言。

【10】陳明石(1999)。都市の街路空間における公私中間領域の働き。千葉大學大學院自然科學研究科，博士論文。

【11】Grout,G.（2002）.藝術介入空間：都會裡的藝術創作。

【12】Lynch,K.(1972).What Time is this Place?,Cambridge:The MIT Press.

【13】曾旭正(2009)。從他的空間到咱的所在-反思公共空間的生產理論。

【14】建築為何重要。

【15】小都市空間的社會生活。

【16】偉大城市的誕生與衰亡。

【17】Camillo,Sitte.(1889).City planning according to It's Artistic Principles.

【18】都市意象。

【19】金美理、崔寶允(2011)。魅力都市心設計。

【20】維基百科。http://zh.wikipedia.org/wiki/紐約蘇豪區。

【21】Regis,Louis.(2012).孤獨星球，11 期。

第三章　研究設計與方法

3-1. 調查流程與步驟

在調查流程中可分為三個階段，包括：(1)基礎實態調查、(2)經營者與遊客訪談、(3)遊客問卷調查。其中基礎實態調查是以實地觀察的方式針對研究範圍中的遊客、設置物與環境進行廣泛的紀錄及分析，再將資料歸納統整為下一階段的訪談依據；在訪談調查階段首先與社區經營者訪談，以瞭解其理想價值，接著進行遊客訪談，調查民眾對於藝術街的綜合評價與期待內容；最後再將訪談的重點轉換為遊客問卷題項，並透過統計分析的過程歸納出客觀的結論，以提出在公私領域中具有提升觀光魅力的改善建議及經營策略，在此將調查流程繪製如下圖 3-1。

圖 3-1：調查流程圖(本研究繪製)

3-2. 基礎實態調查

在不同的時間點(平日、假日)對公私領域中的民眾採取「行為觀察法」(Observation Behavior Method, OB)【1】觀察其活動內容並予以分析，過程中以「非參與式觀察法」【2】進行調查，期間以不干擾觀察對象為原則，以相機側拍的方式做廣泛紀錄。同時也詳盡的調查在公私領域中所擁有的環境設施情形，並描繪街區的樣貌，以說明各種商家的營業型態及分布位置，作為評估目前在公私領域中所擁有的觀光魅力之客觀條件。

3-3. 經營者與遊客訪談

3-3-1. 社區經營者訪談調查

為探討藝術街的各別經營者對於目前此區域魅力因素之觀點，因此和營造街區的建築師及藝術街文創協會的總幹事與負責推行公共政策的龍井區長進行訪談調查，將訪談的內容歸納為街區魅力因子以作為接下來擬定遊客訪談問卷之基礎。

3-3-2. 遊客訪談調查

透過到達街區現場，並在不同的時間點(平日、假日)針對遊客進行隨意抽樣訪談，以取得各年齡層(老、中、青)男、女各半，共12人的初步民意基礎，用來對照經營者所抱持的理想目標之認同感與接受程度，同時並彙整出遊客們所提出的各項綜合評價，並將其關鍵因子進行檢視與分析。

3-3-3. 調查目的與方法

透過訪談以深入瞭解三位經營者的多方面觀點，並藉由遊客訪談內容以比對雙方對於該地區魅力因素的差異看法，訪談過程由研究者採用一對一的直接訪談，以錄音方式全程紀錄訪談內容，再藉由口語協定分析法探究其內容。因此，以深入訪談(In-Depth Interviewing)的方式對 3 位經營者進行訪談，此調查之目的在於瞭解經營者們的理想價值及執行內容之目的，藉由無結構型問卷(unstructured questionnaire)【3】，不限制問題的開放問答方式進行深入訪談調查；然後再以定性分析歸納整理，並找出與公私領域中的魅力相關因子作為後續遊客訪談的擬訂準備【4】。

Kahn & Cannell 描述訪談就好像是「一種有目的性的交談對話(conversation with purpose)」【5】。深度訪談法是指由受訪者與施測者就工作所需知能、工作職責、工作條件…等進行面對面溝通討論的一種方法，以廣泛的蒐集所需要的資料【6】。施測者會儘可能使用最少的提示與引導問題，鼓勵受訪者在一個沒有限制的環境裡，就主題自由的談論自己的意見，因此深入訪談法可增加資料蒐集的多元性外，更能藉此瞭解受訪者對問題的想法與態度。此研究方法亦強調透過施測者與受訪者的互動過程，對問題重新加以釐清，以確認受訪者內心的真實感受與行為認知。

3-3-4. 口語協定分析法

與雙方訪談完後,以口語協定分析法(Verbal Protocol Analysis)分析其訪談內容。口語協定分析法是一種直接獲得研究對象口述與認知過程的研究方法，此研究方法是可探究某些行為的動機與模式，藉由研究對象經歷某些事件過程中所產生的言語或是事後追溯的言語紀錄，從事認知過程的分析，它是具有認知心理學及相關學科的理論基礎且使用上有具體的步驟可以遵循【7】；透過此階段的調查歸納整理其分類的因子並進行分析與結果討論，可作為後續問卷調查的評估依據(圖 3-2)。

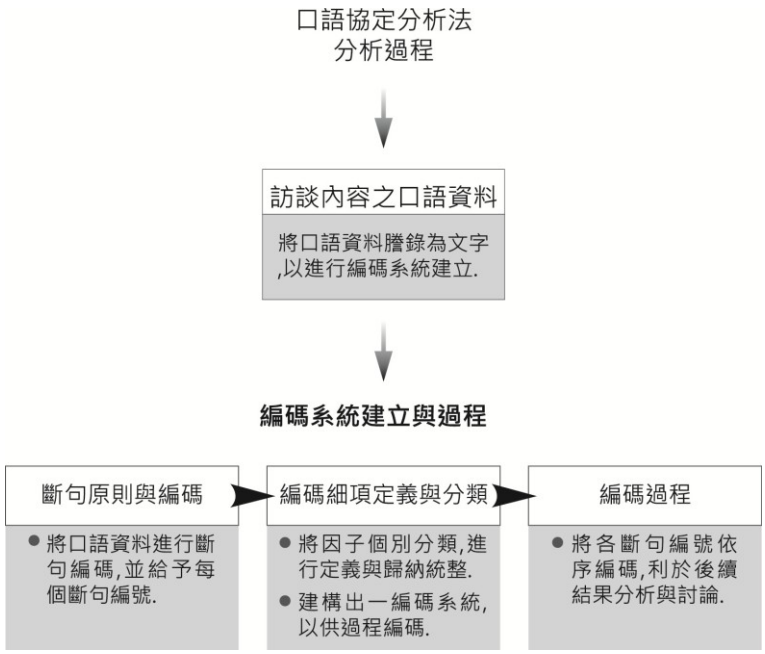

圖 3-2：口語協定分析法

(1)斷句原則與編碼

本研究利用深度訪談法來收集大量的資料，將訪談過程中之受測者的口述內容加以錄音，並在旁隨時提醒受測者主動放聲思考，適時詢問受測者的感受，而將所獲得的原始口語資料再轉錄為文字，以便進行後續的分析工作；取得訪談資料後，便可以透過對口語的內容來進行分析，理解受測者在認知過程中所釋放出的資訊，予以概念化。再將口語內容轉換為正式的編碼，整個編碼過程是將口語資料依照斷句原則並編碼之後，依據口語內容進行分類，初步先整理出原始文字資料，省略研究者詢問與提醒的部分，及一些與實驗內容無關之對話，其餘受測者放聲思考而得的口語資料即是主要分析內容。

進行分析的第一步驟是將所有文字資料細分成更小單位，稱之為「斷句」（segment），斷句方式往往根據研究目的或分析需求有不同原則，例如以口語資料中口氣停頓、語調轉折等事件(verbalization events)作為斷句依據【8】，或者以具有完整一致之設計論點為一轉折單位【9】來進行斷句。

(2)編碼過程

整個編碼過程將口語資料依照斷句原則斷句並編碼後，再依據口語內容之紀錄進行編碼，將相關不同層面的口語內容列出來，對受訪者口語內容進行編碼，由於斷句原則是以一個操作動作完成或語氣轉換時，作為一個口語斷句單位；因此，同一個斷句有可能包含兩個以上的編碼細項，這些細項可能屬於同一種範疇，亦有可能涵蓋兩種範疇；舉受測者之內容為例如下：

- *啊我們也知道說「一個適合的行人走的步道才能成就一個好的商圈。」。*

(受訪者B-斷句編號42)

受訪者B在第42句話中對於步行街的期待這部分屬於「理想價值」，又提到硬體資源方面的公共設施，根據編碼系統的定義，即可編碼為「環境資源」，此斷句內容即包含二個分類與範疇。將實際編碼後的斷句、口語內容、編碼細項與範疇列舉來對應所歸類的範疇與分類，以利於後續之分析探討，如表3-1。

表 3-1：經營者逐字稿分析編碼表(範例)

B. 地方組織：文創協會						
斷句編號	口語內容	街區營造		在地條件		環境認知
		理想價值	溝通互動	環境資源	人為資源	主觀印象
B-03	那成立聚落之後，就必須成立協會，才有一個管理的單位，所以我們才去成立協會的。	●	●		●	
B-11	有一些(店家)在這邊可能都待十幾年了。			●		
B-12	目前主軸是放在就是說要讓藝術街有藝術，這是長遠的一個目標。	●				●
B-13	那中短期我們是在推廣就是：「生活皆藝術，然後藝術街生活。」。	●	●		●	●
B-14	就是讓來這邊的人，可以感受到藝術街跟人家與眾不同的地方。	●			●	●
B-...						

3-4. 遊客問卷調查

問卷調查是一種對個人行為和態度測量的技術，它的用處在於測量，並能將多數人的想法加以整理，藉由統計技術整理，及相關分析技術來達到瞭解問題的本質或解決問題的關鍵性要素【10】。透過使用者訪談調查的結果與分析來進行問卷調查與驗證，採取SPSS統計軟體進行次數分配(frequency distribution)、交叉分析(cross analysis)、變異數分析等量化分析，歸類並探討問題之間的相關顯著性，以了解其相關結果，並以統計圖表呈現說明。

3-4-1. 調查目的與方法

從遊客的訪談內容中，發現在「硬體建設」與「主觀印象」層面有較多的論述。為了更瞭解遊客對於「在地資源」範疇中的評價分析，以及進行更深入的調查來探討藝術街在公私領域中的觀光魅力因素，本階段進一步針對各年齡層的遊客，進行問卷調查。調查的方法採用限制式問卷(closed questionnaire)，泛指依據研究假設提出固定問題之問卷，利用此問卷來瞭解一般遊客對於環境魅力因素之共通性，受訪者透過封閉式問題【11】選取最接近其屬性或態度的答項，大量得到給予之答案後，再加以比較分析。

3-4-2. 問卷設計與內容

藉由實地訪談發現一般遊客在街區環境中可能會遇到的問題與魅力因素，整合文獻與訪談資料進而彙整成相關之問卷題目，其中問卷設計之內容可分以下兩大方式進行：

(1)單選與複選題

問卷內容中的「基本資料」及「魅力與減分因素」兩部分的主要問卷題型分為單選題與複選題，因而採用不同方式進行統計，單選題以計算全體樣本當中對於該選項的回答率為主，即將「該選項的回答數除以全體有效樣本數」；複選題由於回答數之不同，採用「各選項的回答數除以全體有效樣本數」來得知整體受訪者對該選項之看法，若計算該選項在該題回答數的出現率，則個別將「各選項的回答數除以該題總回答數」(表3-2)。

表 3-2：問卷結果計算方式

問卷結果計算方式		
單選題		該選項之回答率 ＝ $\frac{\text{各選項回答數}}{\text{全體有效樣本數}} \times 100\%$
複選題	1	該選項之回答率 ＝ $\frac{\text{各選項回答數}}{\text{全體有效樣本數}} \times 100\%$
	2	該選項在該題之出現率 ＝ $\frac{\text{各選項回答數}}{\text{該題總回答數}} \times 100\%$

(2)李克特量表

問卷內容中「重要程度」部分將以李克特量表（Likert scale）來評估藝術街環境構成因素之重要程度。李克特量表是屬於「評分加總式量表」的一種，用來測量每位受測者的態度反應(同意程度)，每一個反應都給一個數值，以代表受訪者對該項目的贊同程度，將每位受訪者在這些項目的得分加總，即是受訪者對該題的態度【12】。此量表的計分方式以「五點量表」為最常採用之計分方式，例如從 1 代表「非常不同意」，到 5 代表「非常同意」之量表來計分【11】，如表 3-3 所示，每位受測者會在一項目中，於五階的評量尺度中勾選一項，進行主觀評選，統計結果能評估受測者對該項目的強弱程度。

表 3-3：李克特量表之五點量表

1	2	3	4	5
毫不重要	不重要	普通	重要	非常重要

(3)Kano 雙向問卷

此問卷模式可有效地評估現有產品或環境內容，以滿足使用者的需求與期望，藉由下列諸多品質的判定，可釐清不同品質績效與滿意度之間的關係，找出有效提升遊客滿意程度之重要項目。而本研究尤其欲發掘屬於藝術街魅力品質的環境因素，因其內容可作為日後用以差異化的經營方針，以及能成為創造競爭優勢的主要關鍵(表3-4)。

表 3-4：屬性分類的決策矩陣

反向條件 / 正向條件	喜歡	理所當然	無所謂	能忍受	不喜歡
喜歡	矛盾品質	魅力品質	魅力品質	魅力品質	一元品質
理所當然	反向品質	無差異品質	無差異品質	無差異品質	必要品質
無所謂	反向品質	無差異品質	無差異品質	無差異品質	必要品質
能忍受	反向品質	無差異品質	無差異品質	無差異品質	必要品質
不喜歡	反向品質	反向品質	反向品質	反向品質	矛盾品質

如圖3-3，Kano 品質模式之縱軸代表「使用者」的滿意或不滿意，橫軸表示「條件」充足或不充足；利用這兩個座標的相對關係，將品質要素的具備狀況與使用者滿足感區分為：魅力品質、必要品質、一元品質、無差異品質及反向品質等五種【13】：

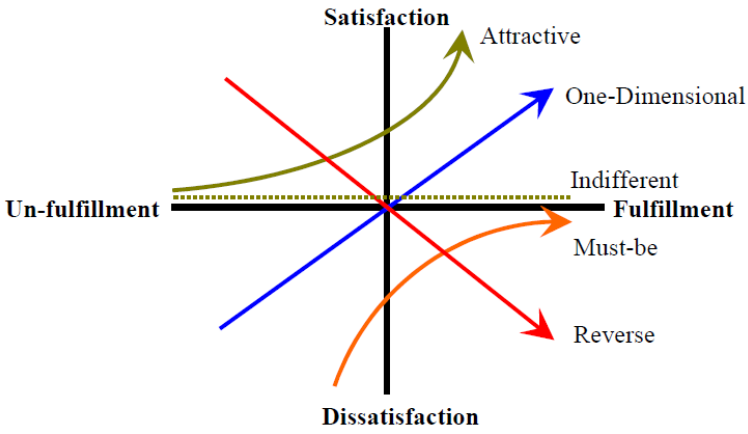

圖 3-3：Kano 品質模式

(1)**魅力品質**(Attractive quality)：當「條件」充足時，「滿意度」會大幅提升；但是當「條件」不充足時，消費者的「不滿意度」並不會顯著提升。

(2)**必要品質**(Must-be quality)：當「條件」充足時，「滿意度」不會因此提升；但是當「條件」不充足時，消費者的「不滿意度」會大幅增加。

(3)**一元品質**(One-dimensional quality)：當「條件」充足時，「滿意度」會隨充足程度的增加，呈現等比例的上升趨勢；而當「條件」不充足時，消費者的「不滿意度」亦隨著不充足程度的增加，呈現等比例的下降趨勢，亦稱為線性品質。

(4)**無差異品質**(Indifferent quality)：無論「條件」充足或不充足，消費者的「滿意度」皆不受影響。

(5)**反向品質**(Reverse quality)：當「條件」充足時，「滿意度」成等比例下降；當「條件」不充足時，消費者的「滿意度」亦成等比例上升的趨勢。

引用文獻：

【1】王敏順(1988)。人造環境對使用者行為影響研究方法之探討，建築學報，卷期 29。

【2】Francis T.McAndrew(1995).環境心理學。

【3】楊國樞、文崇一(1989)。社會及行為科學研究法(上冊)。

【4】Thomas Herzog(2002).社會科學研究方法與資料分析。

【5】Kahn, R. & Cannell, C.(1957).The dynamics of interviewing.

【6】Donald R, Cooper. & C. William Emory(1996).企業研究方法。

【7】戚樹誠，李俊賢，蔡華華，陳宇芬(2002)。口語協定分析在決策研究上的應用。台灣大學商業科技季刊，第三卷 第一期。

【8】Ericsson, K. A. & Simon, H. A.(1993).Protocol Analysis: Verbal Reports As Data. Cambridge, Mass: MIT Press.

【9】Goldschmidt, G.(1991).The dialectics of sketching. Creativity Research Journal.4(2): p.123~143.

【10】阮綠茵(2006)。設計研究方法。台北：全華科技圖書股份有限公司。

【11】楊國樞、文崇一(1989)。<社會及行為科學研究法(上冊)>。

【12】張紹勳(2004)。研究方法(精華本)。

【13】Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F., & Tsuji, S. (1984). Attractive quality and must-be quality. Journal of the Japanese Society for Quality Control, 14(2), 39-48.

第四章　基地調查

本章為調查流程的第一階段，目的為瞭解藝術街從創始之初的歷史緣由，到不同階段的演進變化和現況發展之當地特色，以及探討在公私領域中的人、環境與設置物之關係。因此調查範圍從分析公私領域之特性及記錄分布其中的設置物內容到觀察遊客的行為與活動等範疇，都透過多次的實地訪查，逐漸增進對街區的過去、現在和未來展望具有基本的理解、認識與期待，也幫助在下一章對於社區經營者及遊客雙方的各別訪談內容建構出較明確的討論方向。

4-1. 街區發展脈絡

4-1-1. 歷史演進

藝術街的發展歷程可分為四個階段，包括：初成階段（民國 69～75 年）、重生階段（民國 76～82 年）、成長階段（民國 83～88 年）和更新與延續階段（民國 89 年後）：

一、初成階段(遠東城、國際城階段，民國 69～75 年)

民國 67 年以前，理想國社區現址為台糖所屬蔗田。69 年時，遠太建設於非都市土地使用規則公布前，搶先開發遠東城、國際城，推出當時曾為轟動一時的大案件，銷售率也非常好，總共戶數達 1954 戶，以目前所見的道路系統在當時皆已開闢完成。然而承購者卻多為非當地居民【1】，並且由於建商搶建導致施工品質不良，社區內的房屋牆面剝落、居住品質差、沒蓋房子的空地變成荒煙蔓草；並且離中港路(現為台灣大道)有一段距離，交通不便加上長期缺水導致居民及學生均少，其空屋率高達七成。而此地又為原台中縣、市的交界三不管地帶，治安不良，部分空屋成了青少年蹺家和黑道分子躲藏的地方，許多店鋪的一樓連鐵門也沒拉，任其廢置腐壞，社區快速衰敗。75 年時，已呈荒涼景象(圖 4-1)，房價更被戲稱「別墅三棟一百萬沒人要」【2】，而住戶多為退伍軍人、基層勞工、低收入戶與幼童，另有少數東海大學學生為承租人口，其白天路上人車稀少，夜間更是行人絕跡，區內僅有一家小吃店，佈置簡陋、門可羅雀(圖 4-2)【3】。

圖 4-1：藝術街早期街景 1(白錫欕 建築師提供)

圖 4-2：藝術街早期街景 2(白錫欕 建築師提供)

二、重生階段（台鼎建設理想國團隊主導階段，民國 76～82 年）

民國 75 年起，隨著經濟起飛，房地產價格攀升，原是荒敗的遠東城、國際城，被台鼎建設公司的白錫欕董事長視為從事街區改造，創造社區文化的絕佳實驗點，而推出「理想國開發案」。運用自創的「黑棋白棋理論」(圖 4-3)要將改裝後賦予新樣貌的商家(白棋)感化原本衰敗的地區(黑棋)達到染灰的效果，進一步使整個區域達到全面的提升【2】。所以當時更新社區的第一步是先收購與承租原來國際街二巷(現為藝術街)公寓的一樓，加以改裝成 17 家店面，並配合街道整修與環境綠化，共同經營成「藝術街坊」，即開始有計畫的造街活動(圖 4-4)。民國 77 年 4 月整條街加以改裝的的 17 家店面同時開業，全由理想國團隊主導，以維持統一的水準；由於為全台更新社區造街計畫的首例，加上宣傳成功，使藝術街成為許多都市居民假日休閒的熱門景點。

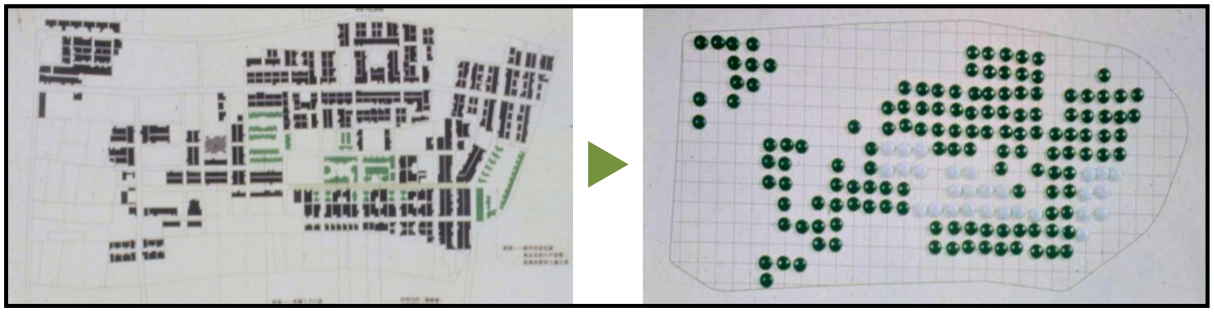

圖 4-3：黑棋白棋理論(白錫欕 建築師提供)

圖 4-4：「重生階段」整修中的街區(白錫旼 建築師提供)

民國 79 年之後，藉由口耳相傳，有了一定的街坊特色和商機。原本屬於黑棋的房屋所有人也開始在這條街整修房屋並經營其他類型的商家(圖 4-5)，例如餐飲業、布飾精品、攝影工作室、牛排西餐、畫廊等。對於社區的日常生活消費提供必要服務，整條街整齊有綠意，入夜後傳出的音樂和燈光充滿迷人的氣氛。

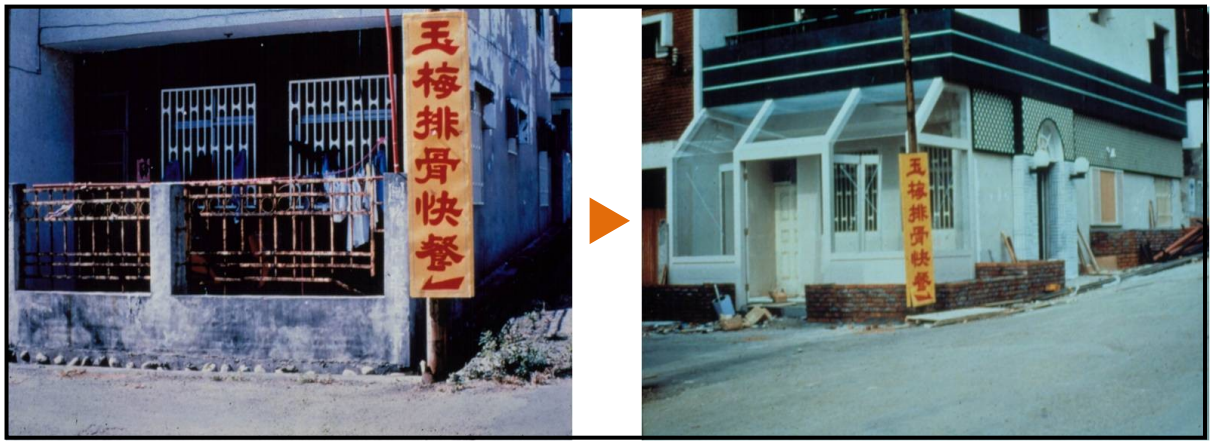

圖 4-5：「重生階段」整修後的住家(白錫旼 建築師提供)

在此階段中理想國團隊積極推動社區活動，像是「理想國村慶」(圖 4-6)、「厝邊你好」(圖 4-7)和「油漆粉刷競賽」(圖 4-8)，讓街坊居民意識到定期舉辦活動凝聚鄰里情感與社區認同的必要性，於是開始展開定期於假日舉辦的跳蚤市場及藝文表演(圖 4-9～11)，也成為了柯比意廣場吸引人潮的特色活動。而社區保全系統(圖 4-12)的建立與自主環境清潔(圖 4-13)的推行，更使該社區成為國內首屈一指的新標竿。

圖 4-6：理想國村慶(白錫旼 建築師提供)

圖 4-7：厝邊你好(白錫旼 建築師提供)

圖 4-8：油漆粉刷競賽(白錫旼 建築師提供)

圖 4-9：跳蚤市場(白錫旼 建築師提供)

圖 4-10：芭蕾舞表演(白錫旼 建築師提供)

圖 4-11：生活雅集(白錫旼 建築師提供)

圖 4-12：社區保全系統(白錫旼 建築師提供)

圖 4-13：社區環境清潔(白錫旼 建築師提供)

民國 81 年 9 月，理想國團隊將藝術街店家全數租給外來經營者，此時所有店家主人都彼此相識，並共同具有相當濃厚的街坊意識。此外，在藝術街原本不屬於團隊的建築物，也開始有其他業者進駐，如牙醫、美容中心、打字、洗衣店，雖與原先規畫的商業生態(藝文為主)不一致，但也為藝術街帶來社區功能性產業，使藝術街不在是純粹的「藝術」街坊，而是具有滿足多樣功能的商業街【3】。

三、成長階段（居民自治階段，民國 83～88 年）

民國 82 年 4 月，因台鼎公司面臨經營危機，於是理想國團隊售出藝術街所有店面，居民的自治階段來臨。長久以來，街坊經營管理一直為理想國團隊實質主導或背後支持，如今一但將店家產權讓出，立刻引起商家和居民的疑慮，導致初期有不少店家遷出；但也有店家決定不論是否有背後支持力量，社區本應由當地居民自行維護。藝術街自治會便於 82 年 9 月召開第一次籌備會，接著在 84 年 11 月正式成立；由自治會舉辦的「跳蚤市場」、「耶誕晚會」、「辦桌」等藝文表演，依舊成功吸引許多遊客、居民參與，並凝聚店家共識，帶動區域商機。

由於街坊上店家的營業空間是屬於自己擁有產權的房子，於是許多店面開始重新大幅整修，使得藝術街景觀再一次更新；雖不像以往具有統一的風格與標誌，但不斷有店面重新整修而變得更豐富。新的店家也認同藝術街的形態，逐漸在此區域形成咖啡廳、藝文精品集中的情形；證明了藝術街自治轉型成功，甚至吸引原本遷出的商家們也開始回流，重新出發【3】。

四、更新與延續階段（政府造街後，民國 89 年後）

理想國社區自民國 76 年成立以來，因綠地及活動空間不足，公共設施已呈敗壞現象，加上沿街違建與擴張，造成居民使用不便、景觀零亂；於是在民國 88 年 3 月，內政部營建署通過由台中縣政府所提的改善城鄉風貌「理想國藝術街坊社區風貌工程」建設方案【3】。藉此改善人行道鋪面、行道樹、街燈、指標設立、拆除違建及改為單行道等，重建藝術街坊的生機；民國 88 年底，造街完成，街道景觀整齊、美觀，商家頗具特色，吸引台中都會區及全國各地民眾到訪，遊客們漫步街頭，欣賞街景，悠閒地品嘗咖啡、探訪個性商店，已成為該街區特有的生活風格(圖 4-14)。

圖 4-14：造街後的街區(白錫旼 建築師提供)

4-1-2. 現況發展

如今的東海藝術街秉持著理想國度的精神與充滿藝術風格的生活環境為特色，在台中市郊的大肚山上已屹立了將近 25 個年頭，為全國第一個以當地居民及商家自發性參與社區總體營造之絕佳典範。在這條沿著小斜坡而建的街道，進駐各種充滿迷人特色的商家，因此造就了一個聚集人文、藝術景觀和社區意識的理想國社區【1】；吸引許多藝術與美食愛好者及遊客前來探訪，尤其在假日午後常會舉行各式藝文活動更是聚集著絡繹不絕的人潮，而成為台中市的知名觀光景點。當遊客探訪此地時必須先將車輛停放置街區末端或外圍的停車場，然後再步行到主要的中軸線幹道上，即為一長達 310 公尺之藝術街觀光商圈。在此範圍中共有約 60 間店家並列於人行道兩旁，主要林立著服飾店、咖啡館與藝品店(圖 4-15)，另外，更有許多異國風味餐廳隱身於兩旁的巷弄之間，擴展出更具規模的棋盤狀街廓範圍。在藝術街的人行道中段旁邊則延伸出可容納許多人進行戶外活動的柯比意廣場，此廣場為住商混合大樓之活動空間，同時也與步行空間成為在此商圈中極具魅力的公私領域。

圖 4-15：藝術街白天街景(本研究拍攝)

圖 4-16：藝術街夜晚街景(呂可喜先生 拍攝)

藉由實地觀察發現平日白天的藝術街人煙稀少，偶有行人散步與逛街，相較之下行經此地的汽機車數量還顯得高出許多，而到了下班時間的通勤時段則湧入更多車輛，研判與當地具有眾多的居住人口有著密切的關聯。假日的街區則是在中午過後開始不斷湧現人潮，許多遊客更是為了參加週末所舉辦的「手作市集」而慕名而來，繞完市集後便在此街區繼續遊覽。到了夜晚時，藝術街已呈現出截然不同的風貌，藝品店與餐館更在燈火的妝點下顯得格外充滿藝術氛圍(圖 4-16)，遊客們走累了也就紛紛轉進咖啡廳或特色餐館歇腳與用餐，滿足心靈的沉澱與口腹之慾。

4-1-3. 街道景觀

東海藝術街為橫貫東西軸向的步行商圈，與藝術南街及藝術北街成平行排列。儘管藝術南、北街並無規劃步行空間，但林立於其巷弄之間的商家也為數可觀，因此統稱為藝術街區。由地圖可見整個範圍在建造時就規劃成棋盤狀排列的街道型態，而在藝術街上的商家則緊密排列在人行道兩旁與柯比意廣場的一、二樓範圍；本研究為逐一記錄藝術街從入口處與全區的街道景觀，因而劃分為 15 個區塊作為後續參考對照(圖 4-17)：

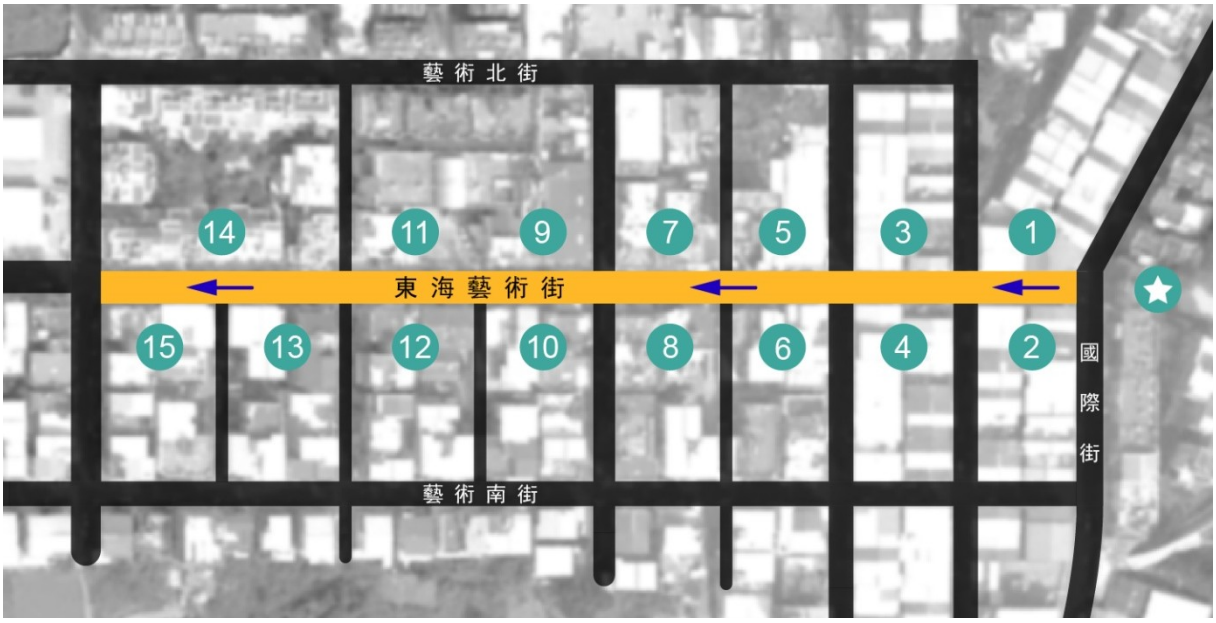

圖 4-17：藝術街全區街景對照圖(本研究繪製)

以下依序為包含藝術街街入口與兩旁街道景觀的完整紀錄(圖 4-18～33)：

圖 4-18：藝術街入口街景(本研究拍攝)

圖 4-19：藝術街第 1 區街景(本研究拍攝)

圖 4-20：藝術街第 2 區街景(本研究拍攝)

圖 4-21：藝術街第 3 區街景(本研究拍攝)

圖 4-22：藝術街第 4 區街景(本研究拍攝)

圖 4-23：藝術街第 5 區街景(本研究拍攝)

圖 4-24：藝術街第 6 區街景(本研究拍攝)

圖 4-25：藝術街第 7 區街景(本研究拍攝)

圖 4-26：藝術街第 8 區街景(本研究拍攝)

圖 4-27：藝術街第 9 區街景(本研究拍攝)

圖 4-28：藝術街第 10 區街景(本研究拍攝)

圖 4-29：藝術街第 11 區街景(本研究拍攝)

圖 4-30：藝術街第 12 區街景(本研究拍攝)

圖 4-31：藝術街第 13 區街景(本研究拍攝)

圖 4-32：藝術街第 14 區街景(本研究拍攝)

圖 4-33：藝術街第 15 區街景(本研究拍攝)

觀察各區塊的街道景觀可整理出以下四項較為明顯之特徵：

(1)行道樹與植栽雖隨處可見，但是會開花的種類較少。

(2)藝術街的商家各有獨立個性，但整體缺乏統一的調性。

(3)機車隨意停放於人行道的現象普遍，有損街道美感。

(4)公共的休憩設施較為不足，且缺乏整體的共同意象。

4-1-4. 商家型態

在藝術街區中最主要的商家型態為「餐飲業」、「藝品店」與「服飾業」，這三大類型的商家總計有 101 間店，其中以餐飲業的數量較多(38 家，37.6%)；而若單獨計算分布在藝術街上與柯比意廣場周邊的商家數量也只占了其中的一半(51 家，50.5%)，代表還有另外一半的店家隱身在巷弄中及藝術南街。針對這藝術街上 51 間店的比例分析可發現「服飾業」占有極高的比重(25 家，49.0%)，意味著有許多餐廳與藝品店逐漸傾向於營業在租金較低的外圍地帶(圖 4-34)，導致在街區的主要軸線上相對就容易流失本應屬於以「藝術」為號召的商圈特性；而每個週末都會出現的攤販也有逐漸增多的趨勢，其販售內容多為與夜市相仿的批發商品，較欠缺特色。因此，對於上述這兩個商家型態的轉變都可視為影響商圈發展區域特色的長遠隱憂。

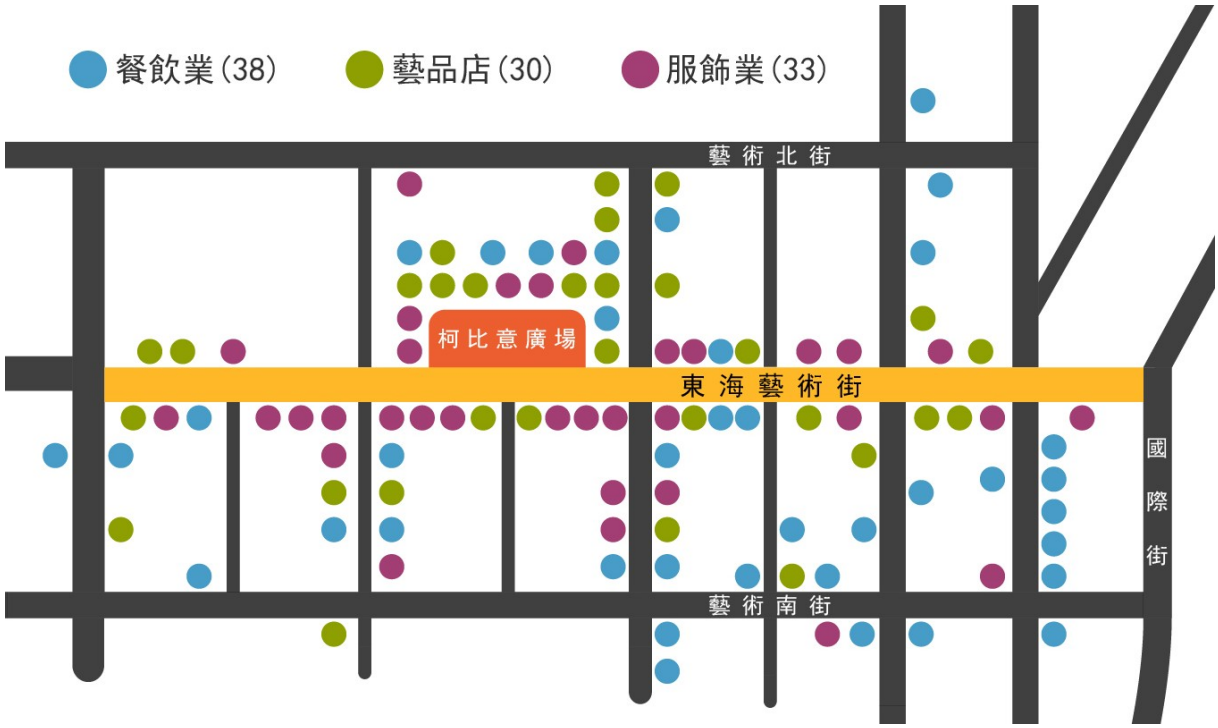

圖 4-34：藝術街商家型態分布圖(102 年 7 月)

「服飾業」

以女性服飾店為主，有中國風、民族風等多樣化的風格樣式，而除了衣服以外也販售許多服飾穿搭配件，觀察大多數的商家都具有各自的差異化特色；但也有不少店家是以銷售批發量販服飾為主，而呈現較無獨特性的樣貌，或者也可見到與藝術較無關聯的連鎖運動用品和登山服飾品牌，都降低了藝術街的區域特色和造成商圈意象的混亂。

「藝品店」

販售內容大多以西式的藝品居多，其不乏包含居家飾品、繪畫等各種具有藝術感的商品；而屬於東方風格的亦有陶瓷藝品、茶具、金工藝術等多元的內容。

「餐飲業」

包含有各國特色料理、茶館、咖啡廳等的多樣化選擇，在廣場上的戶外用餐區也可提供不同的用餐型態和可親近人群的多元交流。

「攤販」

主要在假日午後時湧現並盤踞在人行道上，販售的內容從藝品、服飾到手機殼等批發商品，無奇不有；縱使可讓遊客有更多樣化的選擇與增加商圈的熱鬧程度，但也使藝術街受到「夜市化」的影響而造成街道景觀雜亂和排擠步行空間的弊端(圖 4-35～36)。

圖 4-35：藝術街攤販 1(本研究拍攝)

圖 4-36：藝術街攤販 2(本研究拍攝)

4-2. 公私領域概況

4-2-1. 步行空間

在長達 310 公尺的藝術街上有兩種不同的人行道鋪面型態，分別為：(1)方型石磚鋪面、(2)馬賽克磚鋪面。前者為此街區主要的人行道鋪面型態，石磚選用黑、白、米三色排列組合，鋪設於雙向店家前之路面(圖 4-37)與十字向路口交界處(圖 4-38)，長度橫跨整條藝術街區，淨寬 3 公尺，提供行人專屬的步行空間。

圖 4-37：方型石磚人行道鋪面(本研究拍攝)

圖 4-38：方型石磚十字路口鋪面(涂家維先生 拍攝)

不過部分區段的人行道鋪面則因年久失修造成崎嶇變形，導致難以步行(圖 4-39)，或可見到商家將植栽與各種型態之設置物擺放於其中，使得理當為行人專屬的步行空間遭到剝奪而被迫需要繞到柏油路上與汽機車爭道，形成險象環生的景象。

圖 4-39：人行道變形鋪面(本研究拍攝)

圖 4-40：馬賽克磚鋪面(本研究拍攝)

後者雖僅鋪設於柯比意廣場前之單側路面，但此區段因巧用馬賽克磚拼貼出具有藝術風格的幾何圖案，路面也較為平坦整齊、無步行障礙，是藝術街最完善之步行空間(圖 4-40)。

4-2-2. 柯比意廣場

位於藝術街中段旁的柯比意廣場在理想國團隊營造時期就已規劃完成，廣場的名稱是源自於設計團隊因崇拜現代建築派的法國建築大師柯比意(Le Corbusier)，而藉此命名【4】；後來於民國八十八年政府造街時，經過再次整修成為如今的樣貌。它扮演著聚集與發散人群的重要角色，是如同心臟般重要的區域也是整個街區的精神核心。每當到了假日午後就常聚集著許多青少年在廣場上玩蛇板運動(圖 4-41)，而在地居民與遊客們也喜歡坐在廣場旁的戶外用餐區(圖 4-42)與石椅休憩區(圖 4-43)一邊關心孩子們的活動並和親友們聊天、用餐。

圖 4-41：廣場上的休閒活動(本研究拍攝)

圖 4-42：廣場戶外用餐區 (本研究拍攝)

圖 4-43：廣場石椅休憩區 (本研究拍攝)

圖 4-44：巴賴創作音樂會(文創協會提供)

廣場上也不定期會舉辦藝文表演活動(圖 4-44)，藉此吸引絡繹不絕的人潮；而且在活動結束後，大多數的觀眾並不會立即離開街區，反而會以廣場為核心，向外擴散且穿梭在周邊的店家及步道上逛街、散步，藉此達到活絡經濟與放鬆遊客身心的良性循環。

而在廣場上會使人眼睛為之一亮的視覺焦點就屬螺旋樓梯了，此公共設施也是理想國團隊在營造時期就已規劃之硬體設施，目的是用來連結通往上層的二樓商家與下層的地下室停車場。儘管在設置初期的牆面僅以粉刷的方式修飾表面，但在政府造街後已有了極大的改觀，在牆面的改造上採用洗石子搭配彩色馬賽克磚拼貼出有機曲線與幾何圖案並提上「柯比意廣場藝術街坊」與「Corbusier Plaza」等字樣，同時在扶手欄杆的表面上也有刻上「柯比意廣場」的簍空設計，使得整個廣場的核心成為更具藝術風格的精神象徵(圖 4-45～46)。

圖 4-45：藝術拼貼樓梯正面(涂家維先生 拍攝)

圖 4-46：藝術拼貼樓梯側面(本研究拍攝)

4-3. 硬體設施現況調查

4-3-1. 公共固定設置物

調查目前在公私領域中的公共設置物可依其屬性歸納為 4 大類，共 13 種設施，依序分別為：

(1)意象類：入口意象、圓石球、藝術地磚
(2)景觀類：花圃、行道樹
(3)休憩類：人行道座椅、廣場石椅、遮陽設施
(4)機能類：車道減速磚、交通指標、導覽資訊、街道燈具、電線桿

以下將以詳細的圖文對照解說來深入瞭解各設置物的型態與情況：

(1)意象類

「入口意象」

在 102 年 5 月，由龍井區公所發包執行而新增的公共設施；設置於藝術街的起始端，營造出歡迎遊客前來探訪的入口意象(圖 4-47)，因其選用透光材質，所以在夜晚時便會透出繽紛的光影色彩，為街道景觀呈現另一番迷人面貌(圖 4-48)。

圖 4-47：白天藝術街入口意象(本研究拍攝)

圖 4-48：夜晚藝術街入口意象
(擷取自 藝術街社群網)

「圓石球」

圓石球(R：40cm)是藝術街上數量最多的公共設置物，特色為表面刻有「藝術街坊」的字樣，清楚點明了貫穿此街區歷史的社區形象。設置的用意為增進景觀豐富性與區隔人行道及柏油路以達人車分流之成效，因此擺設位置都沿著人行道的邊緣延續到街角範圍整齊排列(圖 4-49)。

圖 4-49：圓石球(本研究拍攝)

「藝術地磚」

如同上述的圓石球，藝術地磚(W：100 x D：100cm)也是用以凸顯藝術街的品牌象徵。此地磚順著柏油路車道的中軸線沿街設置，特色同樣為在表面刻有「藝術街坊」的字樣，搭配彩色馬賽克磚的環形排列，並在中央的黑色石磚上印有「東海村 1999」和以動物為主題的各種有趣圖案(圖 4-50)，成了在政府造街時期(民國 88 年)所留下的歷史見證。

圖 4-50：藝術地磚(本研究拍攝)

(2)景觀類

「花圃」

花圃以隨機排列的方式配置在人行道貼近柏油路之邊界處，依照樣式可分為大型花圃與小型花圃。大型花圃(W：70 x D：70 x H：65cm)以木條為包覆材料，外觀賦有格柵感，植物的高度接近成人腰部，是可增加環境美觀的街道造景(圖 4-51)。

圖 4-51：大型花圃(本研究拍攝)

小型花圃(W：160 x D：60 x H：37cm)則以鋼筋水泥為結構，外層再用洗石子修飾，其側面呈 L 型，在人行道外側向上凸出，藉此形成一道屏障，隔絕車輛駛入；其朝向柏油路的表面上裝設有建築意象的造型鋁板，可增加視覺意象的豐富程度(圖 4-52～53)。

圖 4-52：小型花圃正面(本研究拍攝)

圖 4-53：小型花圃背面(本研究拍攝)

「行道樹」

在調查的過程中，原本已栽種數十年的黃脈刺桐(圖 4-54)因為不敵病蟲害的侵襲，所以在 102 年的 2 月，區公所立即發包綠化改善工程改為栽種櫻花樹(圖 4-55)，並在新春假期的尾端創造出迷人的街道景觀。但在 3 月份過後，大部分的櫻花皆已開盡，因此呈現較為蕭瑟的景象，也無法在炎熱的夏季為行人提供遮陰。

圖 4-54：人行道上的「黃脈刺桐」(本研究拍攝)

圖 4-55：人行道上的「櫻花樹」(擷取自 藝術街社群網)

(3)休憩類

「人行道座椅」

以複合媒材的樣貌呈現(W：170 x D：40 x H：42cm)。使用木板作為具有格柵狀般的簍空椅面，輔以鋼材結構支撐重量，再延伸出一弧形曲面之流線外觀(圖 4-56)。此座椅雖然兩邊都能乘坐，但因設置於人行道與車道之分隔帶，所以在交通高峰時段確實存在安全上的隱憂；另一方面，因為椅面長度的限制，通常僅能容納的下兩位成人乘坐，所以若是小團體要在路旁臨時休息時，就會凸顯出座位不夠充足的現象。

圖 4-56：人行道座椅(本研究拍攝)

「廣場石椅」

廣場上體積碩大的石椅是在理想國團隊經營時期就已規劃之公共座椅。包含 8 張大型和 6 張小型的石椅，設置在廣場邊緣靠近人行道處，雖然沒有桌面可提供更多元的使用需求，但也足以符合遊客想要暫時休憩的期待了(圖 4-57)。

圖 4-57：廣場石椅(本研究拍攝)

「遮陽設施」

設置在廣場前人行道上的涼亭也是藝術街在近期內(102 年 5 月)才新增加的設施，但卻被許多民眾誤以為是公車亭，反映該項設施所呈現的意象與使用者的認知出現極大落差(圖 4-58)。本研究實地觀察其遮陽效果也非常有限，但若作為遮雨設施，反而較為實用。

圖 4-58：人行道上的「涼亭」(本研究拍攝)

(4)機能類

「車道減速磚」

僅在廣場前的柏油路上所設置的跳動式車道減速磚(W：400 x D：40cm)，雖較一般突起式的車道減速板而言，其嚇阻的的效果較差，但也還能達到注意的作用，以提醒駕駛減速，藉此提升街區內的行人安全(圖 4-59)。

圖 4-59：車道減速磚(本研究拍攝)

「交通指標」

可分為 6 種主要的交通指標，包含：「單行道」、「禁止停車」、「讓道」、「遵行方向」「禁止進入」與「路牌」標誌(圖 4-60)，提醒駕駛在藝術街應該遵守的交通規則；但經實地觀察後發現機車族逆向行駛的情況極為普遍，因而造成交通混亂的現象。

圖 4-60：街區交通指標(本研究拍攝)

「導覽資訊」

藝術街的導覽資訊可分為街區地圖(圖 4-61)與藝術街歷史沿革介紹(圖 4-62)，地圖看板分別設置在「藝術街入口」、「柯比意廣場」與「藝術街末端」，優點都是遊客較容易會注意到的位置；而介紹藝術街歷史沿革的看板僅設置於聚集著最多人潮的「柯比意廣場」前，兩者在結構上都以穩固且耐用鋼材固定壓克力板組成。地圖內容包含：現在位置、道路名稱、停車場與商家介紹，範圍橫跨藝術北街、藝術街、藝術南街三條幹道以及連結於其中的巷弄；總計列出的商家資訊共有 110 間之多，並特別標示其中的 20 間商家有提供英語服務，藉此可提供外國旅客獲得足夠的資訊與協助。歷史沿革介紹的內容則如同在 4-1-1. 章結中(歷史演進)對於街區發展脈絡所作的介紹。

圖 4-61：藝術街導覽地圖(本研究拍攝)

圖 4-62：藝術街歷史沿革介紹(本研究拍攝)

「街道燈具」

可分為「人行道街燈」、「小型立燈」與「埋入式地燈」(圖 4-63～65)。「人行道街燈」主要都設置在街角路口處與廣場人行道旁，以不銹鋼柱為主結構搭配兩盞三角形柱體燈罩，在夜間散發出黃色光線。而「小型立燈」(W：25 x D：25 x H：95cm)只設置於藝術街入口處與柯比意廣場前方，其特色為有雕刻「東海藝術街」字樣的簍空燈箱。另外，「埋入式地燈」則沿街裝設於人行道旁(W：8 x D：8cm)，以不占體積的方式崁入石磚鋪面中，在座椅或行道樹旁散發出白色微光。以上三項照明設備都提供街區夜間基本亮度的條件，不僅可保障用路人的安全，也更加襯托出迷人的環境氛圍。

圖 4-63：人行道街燈

圖 4-64：小型立燈

圖 4-65：埋入式地燈(4-63～65 本研究拍攝)

「電線桿」

目前的電線杆多是在藝術街的初成階段(民國 69 年)就已設置完成，但即使經過這三十多年來的物換星移，目前依舊尚未實施電線地下化。因此，眾多盤踞在建築物前並呈現雜亂無章的電線會對街道景觀的迷人程度大打折扣，並減低商圈的魅力因素；另外，由於電線杆的底座是設立在人行道上，導致占據了部分的步行空間，間接影響步行時的舒適度與安全性(圖 4-66)。因此，要如何兼顧到生活機能的滿足與街道美觀的提升，便成為社區經營者亟需努力的方向。

圖 4-66：藝術街電線桿(本研究拍攝)

分析各類設置物的特性及數量可發現，以機能類(144 項)設置物的數量最多且種類多樣，但其內容皆為構成商圈營運的基礎建設，即為滿足觀光需求的必備條件；另外，其次的意象類(91 項)與景觀類(89 項)設施數量相近，此兩大類別對於增進街道景觀的豐富性及藝術氛圍可說是扮演著極為重要的角色；而休憩類(38 項)設施的數量最少，且大多集中在廣場周邊範圍，顯示在商圈中能提供給遊客的休憩條件有缺乏與不均現象。

在此階段，將以上所有公共設置物內容進行統整歸納如表 4-1：

表 4-1：公共固定設置物總表

意象類(91)		
入口意象(1)	圓石球(77)	藝術地磚(13)
景觀類(89)		
大型花圃(8)	小型花圃(49)	行道樹(32)
休憩類(38)		
人行道座椅(23)	廣場石椅(14)	遮陽設施(1)
機能類(144)		
車道減速磚(2)	交通指標(46)	
導覽資訊(4)	街道燈具(80)	電線桿(12)

（單位：數量）

4-3-2. 私有固定設置物

主要都是商家們為了吸引客人上門以及提供遊客暫時小歇的休憩設施，在此列出在藝術街上最普遍的 3 大類「常態性」私有設置物：(1)招牌、(2)植栽、(3)座椅。

(1)招牌

依照規模可分為大型招牌(圖 4-67)與宣傳立牌(圖 4-68)兩類，但兩者都缺乏配合街區景觀的整體規劃，甚至有部分宣傳立牌就設置於人行道的街邊轉角處，造成遊客步行時的重重阻礙。

圖 4-67：商家大型招牌(本研究拍攝)

圖 4-68：商家宣傳立牌(本研究拍攝)

(2)植栽

商家們為了要在競爭的環境中吸引遊客上門，都無所不用其極的想要在店面的外觀上大做文章；使大部分的商家都喜歡發揮創意，以藝術的巧思來營造出各自的特色，而容易使人感到親近的景觀綠化，便成為較好發揮元素之一(圖 4-69～70)。

圖 4-69：商家植栽造景 1(本研究拍攝)

圖 4-70：商家植栽造景 2(本研究拍攝)

(3)座椅

商家們為了想要拉近與遊客間的距離，採取以退為進的策略，捨棄原本可用來進行商業行為的空間，改為設置各種風格獨具的戶外座椅，提供給遊客在街道上臨時休憩的多樣選擇(圖 4-71～72)。

圖 4-71：商家休憩座椅 1(本研究拍攝)

圖 4-72：商家休憩座椅 2(本研究拍攝)

4-3-3. 私有臨時設置物

大多為商家們為了想要在公私領域中進行商業行為，或者居民為了維護自身權益所作的應對措施，在此列出在藝術街上最主要的 3 大類「變動性」私有設置物：(1)餐桌椅、(2)商品呈列架、(3)路障。

(1)餐桌椅

圖 4-73 即為春水堂的戶外用餐區，店員們每當到營業時段才將餐桌椅擺設於柯比意廣場上；使民眾能沉浸在如同歐洲的街頭文化中，享受在戶外空間一邊悠閒用餐，一邊欣賞廣場活動的愜意生活。

圖 4-73：春水堂戶外用餐區(本研究拍攝)

(2)商品呈列架

攤販們尤其偏好在假日人潮較多時，進駐藝術街的人行道上擺攤，其中尤其以女性服飾配件為最主要的販售內容(圖 4-74)；但也因為其擺設位置就在人行道上，所以常會造成遊客行進時的不便，並衍生成必須行走在車道上的危險行為。

(3)路障

大多為當地的居民所設置(圖 4-75)，目的為提醒攤商或其他使用者勿占用此空間，避免住戶遭遇有家歸不得的窘境；但對於街區的景觀而言，無異是會造成減分的因素。

圖 4-74：商品呈列架(本研究拍攝)

圖 4-75：住家車庫前的路障(本研究拍攝)

4-3-4. 綜合設置物小結

綜觀此章節所收錄的所有設置物，可理解公部門、商家及居民們因各自抱持著不同的理念與目的，而衍生出截然不同的設置項目；有些會對環境加分(使街景美觀、休憩的完善性)，有些則是會導致減分(電線桿、路障)的必要之惡。而對於藝術街最主要的使用者(遊客)而言，所最關注的內容應是這些硬體設施是否有滿足在觀光過程中的基本需求，以及營造出獨具魅力的地方特色；因此在第五章將會分別與社區經營者以及遊客進行訪談，以瞭解雙方之觀點與評價。

4-4. 街區交通特性

4-4-1. 交通現狀觀察

觀察藝術街的交通情形，可感受到在這長約 310 公尺的單行道上：機動車輛橫行、逆向行駛以及隨意停放的亂象(圖 4-76～77)；除此之外，商家任意擺設的各式設置物也都會間接導致民眾在人行道上無路可行而走在充滿危險的車道(圖 4-78～79)；同時，對於推著嬰兒車的遊客與輪椅族更能明顯的感受到人行道上的石磚鋪面有高低起伏的斜坡和不適合小輪徑交通工具所造成的顛簸起伏，因此最後還是和一般遊客同樣地行進在較為平坦的車道上(圖 4-80～81)，而本應屬於暢通無阻的步行空間儼然已受到過多障礙物的影響而變的不良於行。

圖 4-76：逆向行駛的車輛(本研究拍攝)

圖 4-77：停放人行道上的機車(本研究拍攝)

圖 4-78：人行道上的「商品成列架」(本研究拍攝)

圖 4-79：人行道上的「植栽造景」(本研究拍攝)

圖 4-80：推著嬰兒車的遊客(本研究拍攝)

圖 4-81：藝術街上的輪椅族(本研究拍攝)

4-4-2. 停車空間與型態

在圖 4-82 中可見整個藝術街區共有 5 座停車場，且多集中在藝術北街的軸線上，而除了第(3)區的柯比意廣場地下停車場為室內空間，其餘 4 座皆為室外停車場；總計可提供 355 個位子，平日停車量為 47.6%，假日停車量為 65.4%(表 4-2)，停車位充足。但不少駕駛在街區繞了許久還是找不到停車位，而穿梭在熙來人往的道路中險象環生，表示停車場的指標系統普遍不佳，並且在多項指引措施的整合上還有很大的進步空間；另外，對於目前還尚未規劃機車停車格，也是亟需經營者在未來值得進行改善的方向。

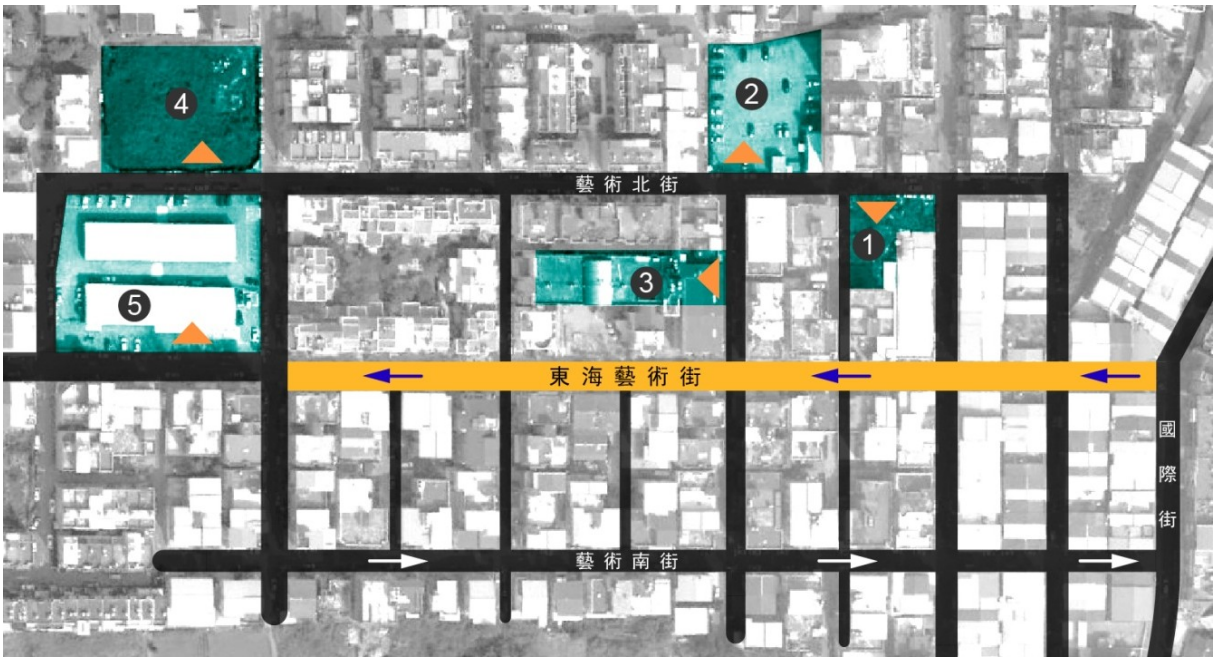

圖 4-82：藝術街停車場位置圖(箭頭為遵行方向與停車場入口)

表 4-2：平假日停車比例表

停車場	停車位	平日停車量		假日停車量	
(1)建發	22	9	40.9%	9	40.9%
(2)藝術北街	61	24	39.3%	41	67.2%
(3)柯比意廣場	90	56	62.2%	68	75.6%
(4)八八	103	52	50.5%	75	72.8%
(5)嘟嘟房	79	28	35.4%	39	49.4%
總　計	**355**	169	**47.6%**	232	**65.4%**

註：於平假日各三天抽查後之平均值

4-5. 遊客行為與當地活動

4-5-1. 遊客行為

觀察藝術街的生態可發現遊客在公私領域中所衍生出的各種行為富有豐富且多樣化的特色，而本研究經過統合歸納後可將眾多遊客行為項目分類為最主要的三大範疇：(1)逛街與拍照、(2)休閒活動、(3)休憩與用餐

(1)逛街與拍照

觀察藝術街上的遊客絕大多數都是以逛街為目的前來探訪，民眾在遊覽街區的同時也一邊注意兩旁是否有迷人的店家或攤商，進而前往挑選與消費(圖 4-83～86)；此外，遊客也常會把握空檔隨手拍照，除了捕捉特色商家與街道景觀的風采之外，還喜歡在街道上及廣場前方擁有較佳景觀的位置合影留念(圖 4-87)；而遊走在街區間亦可不期而遇的見到模特兒外拍團隊(圖 4-88)或新人們於此拍攝婚紗照，皆足以證明此商圈在許多空間中皆具有相當程度的迷人氛圍。

圖 4-83：遊客聚集於攤商前(本研究拍攝)

圖 4-84：遊客在街道上觀看櫥窗(本研究拍攝)

圖 4-85：遊客在商家前選購(本研究拍攝)

圖 4-86：遊客進入藝術街商家(本研究拍攝)

圖 4-87：遊客拍照留念(本研究拍攝)

圖 4-88：模特兒外拍團隊(本研究拍攝)

(2)休閒活動

在柯比意廣場上已吹起了一股玩蛇板運動的風氣(圖 4-89)，尤其每當到了假日午後就會有許多青少年朋友前來一遊，因為在廣場旁就有專門販售蛇板的店家不僅提供專人教學還有蛇板出租服務，使不少人可以用「試玩」的心態來出租體驗，甚至現買現玩，也因此有不少玩家會想與同好交流，而增加再次造訪的動機。雖然使廣場變為運動場的形態或許並不是最佳的選擇，但若以民眾皆能普遍參與的休閒活動作為切入點，相信是增進與他人交流互動和活化公私領域的主要方式。此外，也有部分遊客是選擇以騎乘單車作為代步方式來遊覽街區，其不僅可更具有機動性的穿在大街小巷之中，也達到了運動健身的益處(圖 4-90)。

圖 4-89：廣場上的蛇板運動(本研究拍攝)

圖 4-90：騎乘單車的遊客(本研究拍攝)

(3)休憩與用餐

許多遊客受到人群活動的吸引力所影響，特別喜歡坐在柯比意廣場上休憩與用餐(圖 4-91～92)，更有不少帶孩童前來運動的家長就聚集在廣場周圍的休憩區中以及任何可供椅靠的表面上，在旁聊天與觀看廣場上的活動；可見廣場具有親子同樂和滿足多元休憩需求的特性。

圖 4-91：在廣場上休憩的遊客(本研究拍攝)

圖 4-92：在廣場上用餐的遊客(本研究拍攝)

另外，觀察遊客在步行空間中的休憩行為則較為一致，通常會使用人行道旁的公共座椅作為可供暫時歇息的道具；並發現部分男性遊客在陪女性親友逛服飾店時，礙於店內空間狹小或想在室外透氣等原因，特別喜歡坐在店門口前的座椅等待同伴(圖 4-93)。而在這短暫休憩的過程中我們也觀察到遊客會坐在椅子上進行：玩手機、聊天、觀察街區的商家與人群等多元行為(圖 4-94)；此外可發現公共座椅提供給遊客使用的預設人數以一至兩人為主，若三人共同乘坐時就會顯得非常擁擠(圖 4-95)，但綜觀來到藝術街的遊客常可見到四、五個人以上的小團體，因此可反映出座位的容納量是有所不足的。

圖 4-93：遊客在店家前等待同伴(本研究拍攝)

圖 4-94：遊客在休憩時玩手機(本研究拍攝)

圖 4-95：不同人數使用公共座椅的情形(本研究拍攝)

若繼續觀察遊客在人行道的行為，也可發現有民眾會坐在商家所設置的休憩座椅上或甚至是各式公共設置物的情形，由此可見街區的公共座椅不論是容納量或配置的密度都呈現略有不足的缺憾(圖 4-96)。

圖 4-96：遊客坐在各種設置物上(本研究拍攝)

4-5-2. 當地活動

在藝術街區所特有的當地活動，主要都是在假日時才會舉辦，像是(1)畫「肖像畫」、(2)音樂會、(3)藝文活動、(4)手作市集；以下將各活動內容的特色作說明：

(1)畫「肖像畫」

就住在藝術街區的烏克蘭畫家 IVAN YEHOROV 以繪製歐式風格的肖像畫為著稱，週末會在春水堂餐廳前的人行道上幫遊客畫「肖像畫」以及販售各式精美的繪畫作品(圖 4-97)；也為街道景觀增添迷人的藝術風情。

(2)音樂會

龍井區公所為了促進藝術街的觀光魅力，不定期都會請歌星在柯比意廣場上舉辦音樂會，而每次只要有舉辦這類型活動的演出，往往都會吸引很多人潮圍繞在廣場周邊欣賞，也因此達到了炒熱街區人氣的目的(圖 4-98)。

圖 4-97：藝術街的「肖像畫」畫家(本研究拍攝)

圖 4-98：在廣場舉辦的音樂會(本研究拍攝)

(3)藝文活動

每個月藉由文創協會的大力推展之下都有各式藝文展演活動，吸引遊客與居民前來共襄盛舉，以 102 年 6 月份的「東海藝術街區文創生活行事曆」為例，就能看出其內容涵括：展覽、演講、表演與創作課程等豐富的參與類活動(圖 4-99)。由此可見藝術街的藝文活力並不僅於在街頭上的豐富多元，其對於內在的文創交流也具有深耕的執行計畫。

圖 4-99：藝術街區文創生活行事曆(文創協會提供)

(4)手作市集

藝術街另一個具有特色的活動即為在每個月都會如期舉辦的「手作市集」，其參與的攤商都需要事先向文創協會報名以進行篩選才能使商品的內容有符合「親手製作」的差異化特質，其販售內容像是：服飾配件、客製化印章、天然果醬、手工藝品等。協會表示當初創辦這個活動的用意是希望能夠提供各類型創作者一個微型創業的展銷平台，也使遊客在觀光的過程中具有更多樣化的選擇和與創作者交流的機會；因此每次的活動都反應熱烈，並且具有正面的迴響，也間接促進民眾會想再次造訪的動機(圖 4-100～101)。

圖 4-100：遊客在逛「手作市集」(本研究拍攝)

圖 4-101：「手作市集」的販售商品(文創協會提供)

4-6. 基地調查小結

藉由本章的調查結果可瞭解到藝術街可說是帶領全國社區總體營造的首例，在經歷蕭條、壯盛、停滯與復興的各種洗禮，依然可維持其獨特的觀光魅力，並吸取更多元的創意養分而日益茁壯中。藉由觀察可發現：公私領域之存在價值有助於提升對於環境氛圍形塑及街道景觀魅力方面的正面評價，尤其是分布於其中的各項設置物內容都應該要能對應到民眾在遊覽街區時所期待的各項需求，此外還要能讓街道景觀具有藝術氣息的使命。但藉由調查發現，目前影響街區環境魅力與觀光品質的致命傷主要是交通層面的擁擠混亂以及步行空間受到壓迫，但是在遊客的行為與當地的活動方面卻具有多元豐富的迷人樣貌；因此，綜合以上的內容將有助於進行下一階段的訪談調查，以瞭解社區經營者和遊客的觀點與評價。

引用文獻：

【1】東海藝術街群聚入口網。

http://tunghai.smartweb.tw/index.php?module=intro&mn=7&id=8577

【2】白錫旼(2012)。「理想國的過去與未來」演講。

【3】許馨尹(2001)。＜台中理想國藝術街坊的轉變與形塑＞碩士論文，p.23。

【4】102 年 2 月與白錫旼建築師訪談內容。

第五章　訪談調查

在調查完基地現況之後所分析的內容便可轉換為針對經營者與遊客進行深入訪談的資料來源。因此本章結的核心價值為探討經營者與遊客對於藝術街之各項構成因素的綜合評價及期待內容，以交叉分析出遊客觀點與經營者理念之同異之處；並可藉由此具體結果作為下一階段要對遊客實施問卷調查之前，擬定東海藝術街觀光魅力評價問卷的設計基礎。

5-1. 社區經營者訪談

5-1-1. 訪談對象選定

為探討藝術街在不同時期的各別經營者對於此區域魅力因素之觀點，因此訪談對象含括開創藝術街總體營造的建築師與目前在當地負責統籌規畫許多藝文活動的文創協會，以及代表公部門實施各項改善工程的龍井區長。藉由訪談內容以深入瞭解三位經營者分別對經營藝術的多方觀點，再透過遊客訪談內容以驗證其理想價值能確實提升滿意程度的實際效益。以下將三位經營者的執行內容簡歷歸納為表 5-1，並分別以 A.、B.、C. 開頭作為後續編碼代號。

表 5-1：藝術街經營者執行內容簡歷

單　位	經營者	執行內容	執行期間
A. 建築師	白〇〇	將衰敗的街區進行大改造並舉辦多樣社區活動，開啟社區整體營造的首頁	民國 76～82 年
B. 文創協會	黃〇〇	推廣街區特色商家並規劃多元豐富的社區活動，以活化商圈吸引更多遊客	民國 101 年 至今(102 年)
C. 龍井區長	林〇〇	定期保養與修繕各項公共設施並進行街區景觀與步道的多項改善工程	民國 95 年 至今(102 年)

5-1-2. 訪談結果與分析

藉由與 3 位社區經營者訪談後，可將其口語內容轉換為逐字稿，以獲得大量的經營者觀點斷句，並將其眾多的斷句資料之關鍵內容轉換為「斷句因子」後，再集合同類型的其他因子歸類為具有相同定義的「分類」。例如在斷句*「沒有好的行走環境，大家不會下來走。」*中的因子即為形容藝術街的「交通層面」，而斷句*「味道都不錯，很有異國的風味。」*則是對「商家形態」所作的描述；因此可將「交通層面」、「商家形態」等有關於藝術街的地理環境及硬體設施之內容歸類為「環境資源」類別。而以此類推的結果可將所擷取的斷句內容劃分為 5 大類，以利於後續的統計分析；各分類都代表了不同的定義範圍與因子構成(表 5-2)，不過當描述到外在的經濟條件或以他處作為舉例說明時，則不列入斷句的擷取範圍中，因與藝術街的整體營造並無顯著的關聯性，所以排除在外。

表 5-2：定義經營者訪談內容之類別

斷句因子 ●——→	定　義 ●——→	分　類
精神理念、執行內容、社會貢獻	希望能達成的內容與執行方式	**理想價值**
經營者與居民、商家、遊客、專家、承包商之間的交流	經營者與其他族群間的實質交流	**溝通互動**
商家型態、地理環境、交通層面、居住環境、街道景觀、硬體建設	當地的地理環境及硬體設施	**環境資源**
人才挹注、歷史文化、生活風格、當地活動、地方組織、政策實施	當地的人文條件及生活風格	**人為資源**
環境與商家意象、氛圍營造	藝術街帶給人什麼樣的感覺	**主觀印象**

把訪談內容統計後，將對應到不同分類的斷句次數與比例繪製成表 5-3，可看出經營者在「環境資源」(269 句)與「理想價值」(221 句)的總斷句數目較多，其次為比重皆相距不遠的「溝通互動」(117 句)、「主觀印象」(110 句)與「人為資源」(109 句)；顯示經營者在表達「理想價值」上闡述了許多對於此街區的價值觀與理念，並希望能達成目標的內容與執行方式，而在「環境資源」方面則提出了更多關於藝術街所擁有的資源優勢或是不均甚至不足的隱憂。以下的研究內容將透過訪談斷句統計表為基礎，各別分析 3 位經營者對於藝術街所偏重的內容，並共同探討其族群對藝術街所抱持的共同觀點及理想目標為何。

表 5-3：經營者訪談斷句統計表

分　類	A. 建築師 (183)		B. 文創協會 (195)		C. 龍井區長 (448)		總　計 (826)	
理想價值	66	36%	42	22%	113	25%	221	27%
溝通互動	29	16%	27	14%	61	14%	117	14%
環境資源	43	23%	58	30%	168	38%	269	33%
人為資源	30	16%	25	13%	54	12%	109	13%
主觀印象	15	8%	43	22%	52	12%	110	13%

(單位：斷句數)

A. 建築師：*我今生來要做的事情就是「使衰敗復活，使殘缺圓滿。」*。(102. 2. 6)

圖 5-1：與建築師訪談(於「二月山家」)

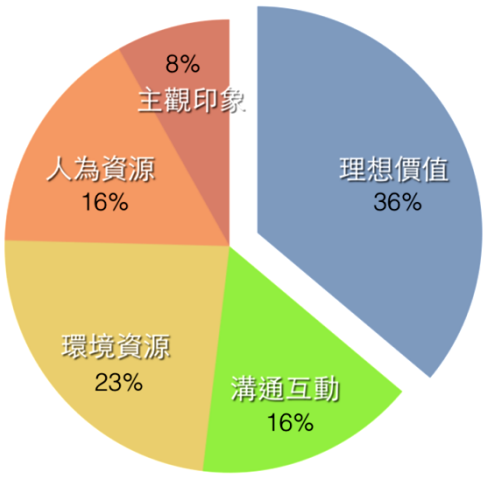

圖 5-2：建築師斷句比例(本研究繪製)

根據斷句內容分析，可知最初開始規畫整個街區的建築師在「理想價值」及「環境資源」的敘述占有最主要的比例(圖5-2)，以下依照各分類比重依序詳細說明：

「理想價值」

因想將當時殘破衰敗的藝術街能藉由改造而起死回生的企圖心與價值觀，敘述許多當初在營造階段時所不斷面臨的困難及挑戰，但最終還是用相當堅強的信念來與同樣是東海大學建築系畢業的同學兼工作夥伴們一起互相支持，並努力的逐步克服。目的是希望能讓居住在此的居民能生活在有藝術氛圍的理想社區，而前來探訪的遊客們則可藉由整體環境的氣氛塑造使人流連忘返，增加此街區的觀光魅力。

「環境資源」

先敘述過去整體街區環境都呈現出荒廢的景象，但在經過大幅改造之後已呈現出煥然一新的面貌，並認為在公私領域中能夠擁有足夠且合適的公共設施扮演了活化街區的重要角色；例如廣場存在的價值是要能達到聚集與發散人群的功效，同時也可提供民眾休閒及舉辦活動的主要空間。而在交通方面則希望以單行道的設計來減緩過多車輛的壅塞程度，但依舊有其存在的必要，以因應在危急的情況下能及時達到救援之目的。

「人為資源」

對於歷史與文化層面表達了許多重要的看法，認為*「有經濟的產業才有文化。」*、*「歷史是它很重要的價值。」*，說明了區域的經濟產業可帶動文化的發展，文化的進步又可成為歷史的內涵。因此在增進文化資源的方式則是藉由藝術家的進駐來使整個社區的氛圍形成一股凝聚力，讓藝術的影響力可以不限形式的被持續發散，進而間接感染此地的居民及商家，讓大家對這個環境更有一份認同度與歸屬感。但同時也擔憂目前當地的人才資源已經不如過去在街區營造時期的充足和具有目標一致的向心力，而若只單靠政府的力量依舊是遠遠不足的，會較容易缺乏持續推行的動力，以及對於居民實際的需求可能會有程度上的認知差異。因此還是期盼未來可以發掘到更多具有使命感的新血加入，為此地區注入啟動活化核心的動能。

「溝通互動」

探討的內容大多是和當時消費者及居民所進行的互動。其中談到由於建築師當時的理想價值已超前時代太多，所以無法被大多數的民眾理解，也因此不被那個時代的消費者所信賴；但是對於已居住於此的居民及商家則保持著樂觀態度，一同支持他的想法並提供大量的協助，開始推動了全台第一個社區營造的成功範例。

「主觀印象」

主要是為了形容在「環境資源」方面所作的補充敘述。例如*「它全部是廢墟、不良少年、藏汙納垢、沒有祖產。」*就提到了藝術街在全面改造之前帶給人的主觀印象。而另外當描述到廣場存在的必要性時，則將它形容為*「街道需要有一個引擎，像馬達一樣。」*。其他的內容也大多為輔助說明希望街區的硬體建設能夠為整體環境帶來怎麼樣的理想面貌。

B. 文創協會：*我們在推廣就是「生活皆藝術，然後藝術街生活。」*。(102. 2. 17)

圖 5-3：與文創協會總幹事訪談(於「文創協會」)

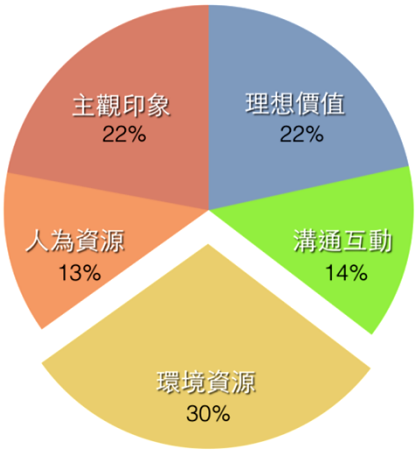

圖 5-4：文創協會總幹事斷句比例(本研究繪製)

「環境資源」

根據斷句內容分析可知文創協會在此分類的陳述內容上占有最高比例(圖5-4)，其中主要提到(1)硬體建設(2)商家型態，兩項因子。(1)在硬體建設方面，認為目前的交通環境對於行人而言，依舊不算是友善的步行空間。不論是人行道不夠平坦整齊或者不斷出現路霸阻礙通行，都使得遊客大多偏好行走在較為好走的柏油路上，也因此形成人車共道的危險景象，減損了觀光商圈的魅力。另外在停車空間的議題中，也提出許多不盡人意的困擾；例如當遊客騎乘機車前來商圈觀光時，卻發現沒有規畫完善的機車停車位，也因而造成機車族習慣在人行道上隨意停車的陋習，導致街道景觀呈現雜亂樣貌。所以特別認為公共設施的不完善會導致街道景觀的混亂與遊客滿意度的降低，形成了急需解決的迫切問題。(2)其次在商家型態的部分表達了在生活機能的滿足上雖然擁有許多不同種類的餐廳可供選擇，但普遍來說大多是屬於中高價位的消費水準，而缺乏較親民的平價料理。而且很少有提供休閒娛樂的商家，以及可讓旅客願意在此歇息過夜的住宿選擇，也造成多數遊客都是以逛街或用餐為目的前來消費，反映出商家的形態不夠多元與缺乏更多樣的體驗內容。

「理想價值」

當初成立文創協會的緣由，是因為一開始由「北歐設計顧問公司」首先與其他 6 間商家發起申請成立聚落之後，需要有一個統籌管理的地方組織，並希望能透過此非營利單位的協助，能讓商圈達到區域活化的助益，因此目前在文創協會主要的執行內容包含：(1)透過實體文宣與社群網站(Facebook)的交流平台，不斷的向曾經來過，或者未曾到訪的旅客都進行特色商家的推廣與當地活動的宣傳，希望能增加前來觀光的遊客量，並能提升再訪意願。(2)藉由在每個月第二個周末所舉辦的「手作市集」活動，來突顯手工商品有別於批發產品的特殊價值及創作者的獨特心意，因此吸引許多外地的遊客前來尋寶，成為行銷藝術街的特色活動。(3)在交通方面提出*「一個適合行人走的步道才能成就一個好的商圈。」*，因此希望公部門能改善人行道的諸多缺點，以保障遊客的步行安全，使商圈永續發展。(4)在交通方面則盡力爭取完善的機車停車空間，希望車輛隨意停放在人行道上的亂象可藉此解除。(5)對於商家型態多元化的期待則表示*「如果有更多個性小店進駐的話，會讓這裡變的更不一樣。」*。

「主觀印象」

內容大多是站在以遊客的角度來檢視環境資源是否健全，以及如何改善才有機會增加遊客再次造訪的意願。

「溝通互動」

主要是跟商家們聯繫和與停車場爭取機車停車位的內容。另外針對遊客介紹商家與市集活動的推廣上也不遺餘力，藉此達到能即時有效連結各族群間的意見傳達。

「人為資源」

對於藝術街的生活風格表示其獨特的悠閒氣氛與生活步調是此地區的無形資源。而藉由協會大力推廣的市集活動，不僅能為攤商提供展示與銷售的絕佳平台，無形中也成為具有指標性的當地特色。

C. 龍井區長：*我會以顧客的角度去看，大概哪個地方我們要做改善。*(102. 3. 6)

圖 5-5：與龍井區長訪談(於「龍井區公所」)

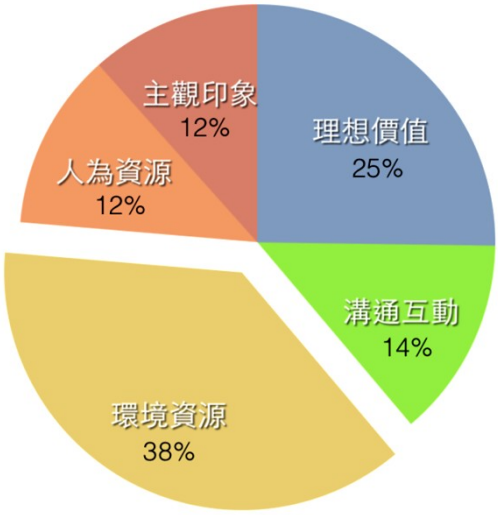

圖 5-6：龍井區長斷句比例(本研究繪製)

在檢視其斷句內容分析，可知代表公部門執行各項養護工程及改善計畫的龍井區長在「環境資源」層面的敘述占有最主要的比例(圖5-6)，以下依照各分類比重依序詳細說明：

「環境資源」

主要的具體內容可分為以下5大點：(1)居住環境雖然因為有許多遊客絡繹不絕的前來探訪，而比起一般的住宅社區多了一份活力，但在以住商混合的環境中也面臨居民與商家各自擁有不同的觀點。例如居民想要的是比較寧靜的居住環境，但商家則必然是以商業考量，無所不用其極的要吸引顧客上門。在此，區長表示*「所以說這個部份就是商業跟住宅要怎樣來取得一個共識，或著說取得一個平衡。」*，而這也會是未來亟需地方代表要與居民及商家互相溝通的首要任務。(2)硬體建設的執行難處受限於*「東海藝術街這邊最缺乏的就是它是"非都市計畫土地"。」……「"非都市計畫土地"以前沒有辦法去做很詳細的規畫，所以說，公共設施的嚴重不足。」*，以至於公部門一直以來每當要規劃新的硬體建設時都面臨到私有用地未公有化的多重的阻礙。但即使如此，區長也表示未來將繼續在可施作的範圍中，持續進行街道改善工程與增加入口意象等諸多小規模建設，並定期維修養護公共設施，以期待能藉此增加藝術街之觀光魅力。(3)交通層面的便利易達擁有很大的優勢，不僅增加居民對外聯繫的生活機能，也有助於遊客能有很好

的易達性。但是內在的停車空間就顯得不夠完善，以汽車為例，當駕駛進藝術街後，需轉入隱身於狹窄的巷弄中，尋找不顯而易見的停車場；而機車則完全無專屬的停車位，導致隨意停放在馬路旁與人行道上阻礙行人通行。對此議題，區長也無奈的表示*「我們其實也沒有用地讓他們停，因為那邊的部分沒有一個是公家的地。」*，一語道破目前的藝術街屬非"都市計畫用地"導致施政者寸步難行的窘境。(4)街道景觀營造方面，在今年(102年)的春節期間就全面將人行道上不敵病蟲害的黃脈刺桐更換為種植櫻花樹。並表示*「櫻花就它的經濟價值，我想是比較觀光的性質。」*，希望藝術街能在冬季時呈現櫻花大道的迷人景觀，促進地區觀光特色。(5)對於商家型態的觀點會認為除了少部分的店家真的很具有個人特色以外，許多批發性質的商家就容易因為同質性太高，而缺乏獨具魅力的風格。*「所以說它會常常在換，它比較沒有辦法再去營造一些特色出來，這些店家。」*。因此，在競爭的商圈環境中就有很高的商家汰換率，而商家型態不多元的部份也顯得較無法滿足遊客前來消費的期待。

「理想價值」

已規劃的執行內容及未來的建設藍圖可分為以下5大點：(1)由於藝術街才剛被經濟發展局把它列入台中市的第二十一個商圈，因此站在區公所的立場上，絕對會義不容辭的加強支援公共建設，以促進商圈發展。但同時也期盼*「他們自己這邊再奮發圖強看能不能夠再創這個榮景。」*，藉此希望地方的自治組織能帶領商圈再次進行改造與革新。(2)在硬體建設之後的設施維修及養護也是有利商圈永續發展的必要條件，所以區公所有義務定期派員整修不完善之處，區長甚至表示*「我會以顧客的角度去看，大概哪個地方我們要做改善。」*，顯示公部門有以消費者的角度親身感受並積極作為的誠意。(3)對於步行空間的規劃，區長認為*「根本之道，未來有機會作為步行街。」*。若能有彈性時段的進行封街，將可以達到他對未來所勾勒的理想藍圖*「我想民眾是如果說午後在那邊散步，那應該是很好的一個美景。」*，藉此排除街道上的車輛干擾以保障行人安全及增添街區的寧靜悠閒氛圍。(4)對於想做出商圈差異化的核心元素，表達了獨具一格的規劃內容*「我一直在想我如果在那邊我來做一個小型的極限運動場，在那邊就會有一點點不一樣的東西出來。」*.....*「你要去那邊就是要跟別人比較不一樣。」*，但受限於目

前無公家用地，依舊缺乏可將理想實踐的舞台。(5)在政策實施方面，由於藝術街至今的產權歸屬大多是由社區居民各自擁有的私人用地，因此公部門對此情形，以積極的態度表示*「它已經現在要辦都市計畫，只是說還沒有完成，還在公告階段。我們也希望說，好，改天公告完之後，這個成為都市計劃區的時候，那時候產權就很明確了。」*。屆時要執行公有計畫，將擺脫目前窒礙難行的施政難題，以盡最大努力滿足人民的期待。

「溝通互動」

在公部門執行地方建設的過程中，需要花極大的心力與商家和居民溝通協調。最常遇見的問題是常會遭到誤解或沒有共識而成為眾矢之的，例如*「公部門有的時候要介入，包括你巷道要整修啦，我藝術街的旁邊我要去做什麼東西、設施，很多的屋主、地主都有相當的意見。」*、*「說要封街，要成為步行街，店家、屋主、商家都出來反對。」*。所以區公所的應對措施就是*「這個溝通協調的部分我們就會請里長，然後店家(代表)他們出來，屋主，然後商圈的自治會，來溝通。」*，只能在多方都達到共識或取得折衷方案的前提下，面對抗爭的問題才能迎刃而解。

「主觀印象」

主要是為了形容在「環境資源」方面的案例所作的補充敘述。例如*「你在藝術街上面然後再轉個巷子有幾家店，其實那個味道都很好……很有異國的風味。」*，即表達具有主觀印象的內心感受。

「人為資源」

目前的社區營造出現人才流失危機是值得注意的警訊，而政府對於商圈的最大協助則是盡快辦理都市計畫政策，以利於未來大刀闊斧的執行公有建設。

5-1-3. 經營者訪談小結

(一)綜合觀點

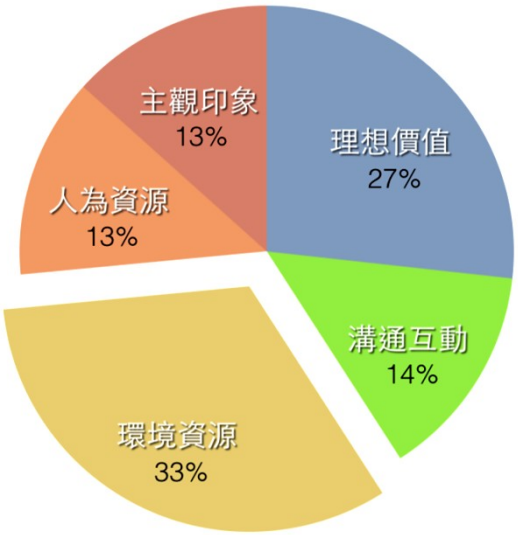

圖 5-7：經營者綜合斷句比例(本研究繪製)

在此綜合經營者共同斷句內容，得知主要的討論內容是分布在「環境資源」、與「理想價值」層面，以下則依照五大類別比重依序各別討論(圖 5-7)：

「環境資源」

對於該層面的敘述內容大多是反映出經營者期盼未來能藉由理想價值的驅使下，不斷的朝這些方向持續的做出改善。詳細內容可分為下列4點並進一步說明：(1)對於目前交通混亂的情形皆認為需要加以排解，起因於許多機車族為了貪圖方便而逆向行駛，枉費當初建築師將藝術街規劃為單行道的美意。因此經營者們認為未來在交通宣導與公權力的依法開罰方面都應該要持續執行，直到改善為止。(2)在人行道的部份需針對平坦度與順暢性做出全面改革，因此必須與商家及居民進行溝通，勸導對方能移除恣意擺放在人行道上的設置物。而在公部門方面則要進行道路平坦整修工程並解決機車停放的問題，才能藉此提升遊客行走時的舒適性與安全感。(3)廣場活動面積略顯不足，特別是在週末的午後時段，當廣場空間不足以負荷眾多蛇板玩家的需求時，就顯得極為擁擠且容易產生碰撞危險。(4)對於商家型態的期盼則表示希望還能更加的多元化，或者對於現有的商家們期待能再創造出差異化的迷人特色。

「理想價值」

最終目的都希望能藉由不同的方式達到吸引遊客前來觀光，同時使商圈產生區域活化的成效。因此不論是建築師所規畫的商圈意象與廣場空間，或是文創協會所辦的「手作市集」都是以創造出獨具魅力的在地特色為目標。而在公部門方面也會以促進商圈永續發展的態度來進行各項維護修繕工程，同時也藉由增建多項硬體設施(入口意象、遮陽設施、種植櫻花樹……)，以滿足民眾的期待。

「溝通互動」

建築師與居民的溝通互動較為頻繁，因為在街區營造初期，需要傳達各種新穎的理念讓民眾理解與配合。而文創協會則和商家及遊客的交流較多，目的是要能建立起商家與遊客間的橋梁，使遊客能透過協會的介紹，瞭解商家特色及當地的活動資訊，所以此單位既像是藝術街的行銷總部，又具有旅客服務中心的內涵。在區公所方面，最常需要和商家與居民進行溝通，並且諮詢相關專家的意見(例如改種櫻花樹)，以符合能在比較客觀的民意基礎上，執行施政方針；而在發包工程的階段也需與承包商充分協調討論，並定期派員檢驗其規劃內容有確實施作。整體而言，目前的經營團隊都需要透過與多方族群的充分溝通才可達成促進商圈活化之目的。

「主觀印象」

對於街區營造的主觀印象大多是站在他人的角度而作描述，例如建築師是以居民的角度來形容居住條件的樣貌。而文創協會與龍井區長則是用一般遊客的觀點來形容有關氛圍營造或商家型態方面的各種感受。

「人為資源」

彼此都認為在此社區營造的生活風格已轉化成為吸引遊客嚮往的因素，所以人文的厚度與歷史的層積是無形之中能帶給遊客感受藝術氣息的主要魅力。而未來將實施的都市計劃政策也預期能為此區域帶來更多的地方建設，使商圈更加繁榮鼎盛。

透過重新檢視5大斷句分類並進行統整後，可將「環境資源」與「人為資源」歸納為『在地條件』範疇，而「理想價值」與「溝通互動」歸納為『街區營造』範疇，另外「主觀印象」則自成一格為『環境認知』範疇。為了更顯而易見的將經營者訪談之斷句類別能更具體呈現，本研究遂將上述內容繪製如圖5-8 。

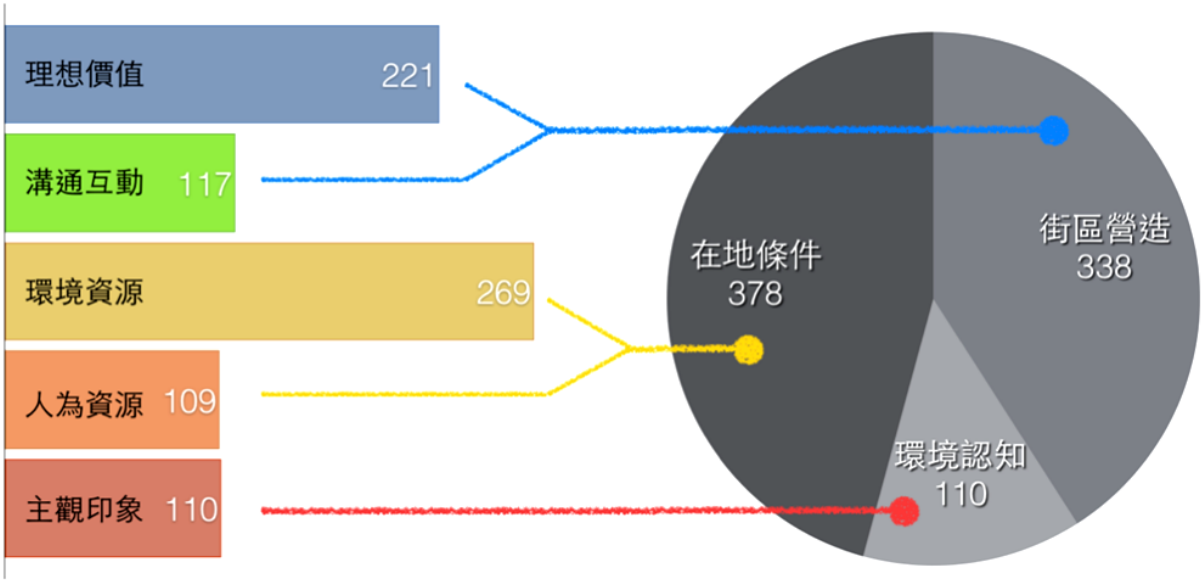

圖 5-8：經營者斷句類別與構成範疇(單位:斷句數)

(二)具體目標

在與社區經營者訪談後，可瞭解其具體目標是著重在人行道、交通設施、廣場、商家型態，當地活動與環境綠化方面，並整合出下列6項經營者觀點總結：

(1)完善的步行空間及交通設施是造就迷人商圈的首要條件。

(2)藉由經營者的努力和商家及居民的配合才能將理想價值轉換成環境資源。

(3)定期在藝術街舉辦的多元活動可增加吸引遊客回流的動機。

(4)廣場不僅能成為居民固定活動的空間也是匯集遊客在此休憩的場所。

(5)商家型態的多元化可增進吸引遊客願意在此久留的魅力因素。

(6)在藝術街種植櫻花樹與全面規劃具有整體感的花圃植栽可為街道景觀加分。

5-2. 遊客訪談

5-2-1. 訪談對象選定

遊客訪談的選擇對象以男、女各半，含括老、中、青 3 個年齡層共 12 人為範圍，在平日和假日的柯比意廣場上或週邊範圍針對一般遊客進行隨意抽樣訪談(表 5-4)。此舉有利於受訪者可在當下實地觀察環境或藉由即時的親身感受做出較正確的描述，以避免因為某種程度上的記憶偏差所產生的錯誤解讀或籠統印象。在遊客編碼方面，則共同以 D. 開頭作為後續編碼代號。

表 5-4：遊客訪談對象選定

年　齡	29 歲以下		30～59 歲		60 歲以上	
時　間	平日	假日	平日	假日	平日	假日
男　性	D2	D8	D4	D9	D3	D10
女　性	D6	D7	D1	D12	D5	D11

5-2-2. 訪談結果與分析

藉由與12位實際在藝術街現場遊覽的遊客訪談後，可將其口語內容轉換為逐字稿，以獲得大量的遊客觀點斷句，並將其眾多的斷句資料之關鍵內容轉換為「斷句因子」後，再集合同類型的其他因子歸類為具有相同定義的「分類」。例如在斷句「有一個廣場給小朋友玩這樣是很好。」中的因子即為「廣場型態」，而斷句「整個街道的感覺，就蠻舒服的。」則是對「街道景觀」所作的描述；因此可將「廣場型態」、「街道景觀」等有關於吸引遊客造訪的動機或具有魅力的因素都歸類為「魅力因素」類別。而以此類推的結果可將所擷取的斷句內容劃分為5大類，以利於後續的統計分析；各分類都代表了不同的定義範圍與因子構成(表5-5)。

表5-5：定義遊客訪談內容之類別

斷句因子 ●→	定　義 ●→	分　類
交通層面、人行道、公共設置物、休憩設施、柯比意廣場、商家、住宅、行道樹	公共設施及街區建築	**硬體建設**
環境與商家意象、地理環境、街道景觀、環境綠化、氛圍營造	藝術街帶給人什麼樣的感覺	**主觀印象**
人行道好走、停車方便、新鮮感、當地活動、商家型態、休憩設施、環境綠化、街道景觀、人行道設置物、廣場型態、廣場活動、好停車	吸引遊客造訪的動機或具有魅力的因素	**魅力因素**
人車共道、難停車、綠化不足、廣場破損老舊、廣場太小、無遮陽設施、街區太小、路霸阻擋、街道景觀雜亂、休憩設施不完善、商家不吸引人、廣場活動不合適、電線髒亂危險、人行道難走	使遊客印象不佳並降低造訪意願的因素	**減分因素**
舉辦活動(藝文、音樂會、特賣會)、整修廣場、街道整齊乾淨、遮陽設施、車輛禁止進入、加強環境綠化、電線地下化、好停車、路好走	對於現況不滿的改善建議或想增加之措施	**期待內容**

把訪談內容經過統計之後，將對應到不同分類的斷句次數與比例繪製成表 5-6，可看出遊客在「硬體建設」(316 句)與「主觀印象」(200 句)的斷句數較多，其次為「減分因素」(163 句)、「魅力因素」(146 句)與「期待內容」(80 句)。顯示遊客們對於在公私領域中的各項「硬體建設」表達了許多具有「主觀印象」的個人觀點，另外「魅力因素」與「減分因素」所佔的比重相距不遠，表示遊客對於藝術街的主觀偏好上呈現正反互補之平衡現象。而「期待內容」的斷句數雖然最少，但若經營者在未來的執行成效上能達成民願所述，相信可藉此大幅提升藝術街的魅力因素，成為台中市的觀光新亮點。

表 5-6：遊客訪談斷句統計表

分　類	硬體建設		主觀印象		魅力因素		減分因素		期待內容	
D1. 中年女性 (36)	9	25%	10	28%	7	19%	7	19%	3	8%
D2. 青年男性 (57)	16	28%	16	28%	6	11%	13	23%	6	11%
D3. 老年男性 (96)	32	33%	21	22%	15	16%	22	23%	6	6%
D4. 中年男性 (32)	14	44%	5	16%	8	25%	5	16%	0	0%
D5. 老年女性 (104)	36	35%	20	19%	20	19%	26	25%	2	2%
D6. 青年女性 (37)	12	32%	8	22%	8	22%	6	16%	3	8%
D7. 青年女性 (34)	15	44%	7	21%	9	26%	3	9%	0	0%
D8. 青年男性 (141)	51	36%	29	21%	12	9%	26	18%	23	16%
D9. 中年男性 (124)	46	37%	23	19%	14	11%	22	18%	19	15%
D10. 老年男性 (52)	17	33%	12	23%	13	25%	6	12%	4	8%
D11. 老年女性 (65)	24	37%	17	26%	8	12%	13	20%	3	5%
D12. 中年女性 (127)	45	35%	31	24%	26	20%	14	11%	11	9%
總　計 (905)	317	35%	199	22%	146	16%	163	18%	80	9%

(單位：斷句數)

若再從表 5-6 進一步分析遊客對於藝術街的滿意度評價，則可以比較「魅力因素」與「減分因素」的斷句數多寡得知。在此定義遊客的「魅力因素」若大於「減分因素」時，以(＋)表示滿意因素較多；若「魅力因素」等於「減分因素」時，以(＝)表示滿意因素與減分因素相等；若「魅力因素」小於「減分因素」時，以(－)表示滿意因素較少。因此，將其結果轉換為表 5-7，可分析出女性遊客對於藝術街的滿意程度較男性遊客高；而青、中年遊客的滿意程度又比起老年遊客較高。

表 5-7：遊客訪談滿意程度分析

年　齡	29 歲以下		30～59 歲		60 歲以上	
男　性	－	－	＋	－	－	＋
女　性	＋	＋	＝	＋	－	－

註：「魅力因素」＞「減分因素」：(＋)

「魅力因素」＝「減分因素」：(＝)

「魅力因素」＜「減分因素」：(－)

以下內容將透過斷句統計表為基礎，詳細地列出 12 位遊客們對於各項分類內容的斷句數統計，並特別針對「魅力因素」、「減分因素」與「期待內容」此 3 大類別中的所有因子進行斷句數排序分析，藉此探討其族群所著重的主要觀點及具體方向為何。

D. 遊客：*來到這邊的話就是有一種藝術的氣息。*(102. 3. 13)

圖 5-9：與遊客訪談(於「柯比意廣場」)

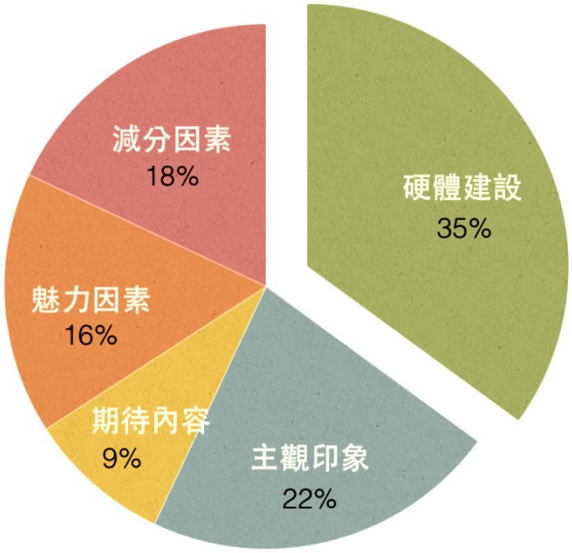

圖 5-10：遊客綜合斷句比例(本研究繪製)

「硬體建設」

遊客們針對各項公共設施及建築型態作出廣泛性的各種主觀敘述。內容涵括交通層面、休憩設施、廣場空間與景觀營造等具體評價，例如有遊客在描述人行道的現況時提到因為路面不夠平坦整齊，所以表示*「我覺得反而走柏油路會比走人行道安全。」*。另外也有遊客提到*「椅子很好，走累了可以坐下來休息。」*，認為休憩設施有其存在的必要性。而在廣場的形態方面也有帶小孩來玩的家長提出*「有一個廣場給小朋友玩這樣是很好。」*的肯定。

「主觀印象」

對於藝術街的各種硬體建設與街區營造所產生的主觀印象，描述的內容包含正面與反面敘述，意即定義為接下來的另兩大分類「魅力因素」與「減分因素」。例如有遊客對於環境氛圍的正面描述表示*「整個街道的感覺，就蠻舒服的。」*，而對於廣場的負面評價也有遊客提到*「我覺得它有點太老舊了。」*。因此，只要是藝術街帶給遊客的各種具體感受皆將其斷句內容歸納於此分類中。

「魅力因素」

在與 12 位遊客訪談的過程中，每位受訪者皆表達了各種個人觀點與不同程度的魅力因素。而本研究為了能更深入瞭解全體遊客們所特別注重的關鍵項目，因此將每位遊客的斷句關鍵詞都分別萃取成該類別的次數統計表(表 5-8)，再將各項關鍵詞進行全體遊客的次數統計，以排序出最重要的前五大關鍵因素(圖 5-11)。以下擷取出具有代表性的斷具內容並詳細說明該分類之重點。

表 5-8：魅力因素斷句統計表

魅力因素	
D1. 中年女性 (7)	好停車、人行道好走(2)、休憩設施完善、街道景觀(2)、藝術氣息
D2. 青年男性 (6)	好停車、人行道好走、人行道設置物完善、休憩設施完善(2)、環境綠化
D3. 老年男性 (15)	人行道有特色(2)、休憩設施完善(3)、環境綠化(4)、居住環境(2)、 街道景觀、特賣活動、商家型態(2)
D4. 中年男性 (8)	好停車、好逛街(3)、人行道好走、人行道設置物完善(2)、休憩設施完善
D5. 老年女性 (20)	商家型態(3)、人行道好走、環境綠化(4)、休憩設施完善、早上空氣好、 廣場型態(2)、廣場活動(8)
D6. 青年女性 (8)	街道景觀(2)、商家型態、休憩設施完善(2)、環境綠化(2)、廣場活動
D7. 青年女性 (9)	好停車、人行道好走、休憩設施完善(5)、環境綠化(2)
D8. 青年男性 (12)	環境舒適(3)、人行道設置物完善、人行道好走、休憩設施完善(3)、 環境綠化(3)、街道景觀
D9. 中年男性 (14)	商家型態(3)、新鮮感、人行道好走(2)、環境舒適、車不多、休憩設施完善(4)、 環境綠化(2)
D10. 老年男性 (13)	好停車、環境舒適、街道景觀(2)、人行道好走、人行道有特色、 休憩設施完善(2)、人行道設置物完善、環境綠化(2)、廣場型態、廣場活動
D11. 老年女性 (8)	廣場型態(3)、廣場活動(2)、人行道好走、休憩設施完善、環境綠化
D12. 中年女性 (26)	好停車、商家型態(5)、廣場型態(5)、廣場活動、人行道好走(3)、 人行道設置物完善(2)、休憩設施完善(2)、環境綠化(7)

(單位：斷句數)

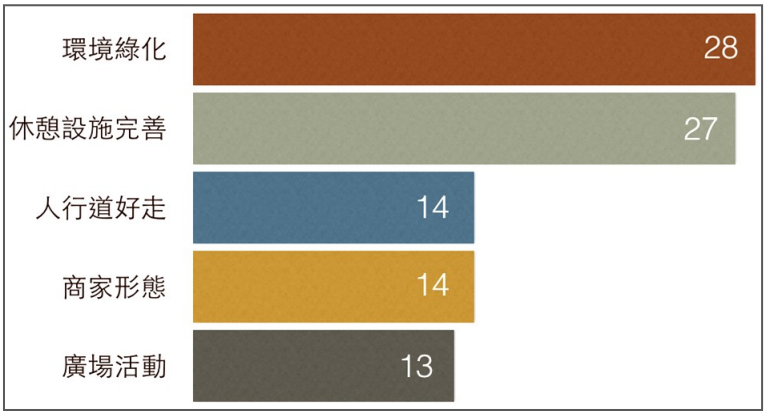

圖 5-11：訪談調查前五大魅力因素(單位:斷句數)

- **環境綠化：*種這個櫻花樹在這裡很漂亮。***

  遊客們對於人行道上的「花圃」與「櫻花樹」能對街道景觀的提升皆表示肯定，並期待冬季時能再次見到櫻花在整條街上盛開的繽紛色彩。而針對商家們在店面前精心布置的盆栽與綠化造景也覺得各具特色，能為商家的建築外觀增添魅力。

- **休憩設施完善：*像我們比較上了年紀，它有比較休息一下，這個有需要(公共座椅)。***

  遊客們普遍認為設置在人行道上的公共座椅與廣場上的石椅都是能完善提供遊客休憩需求的公共設施，因此該項目便成為藝術街魅力因素的次要原因。

- **人行道好走：*路還是可以啦。***

  有過半受訪者對於人行道的現況表示尚可接受，尤其認為廣場旁的馬賽克磚人行道是此街區最為完善的步行空間，而對比於方型石磚人行道也較無路霸的阻擋。

- **商家型態：*有很多不同的東西啦，然後又集中在這邊。***

  對於商家的形態及販售內容也感到具有特色，並認為這裡是一個賦有藝術氣息並適合全家人前來逛街或用餐的迷人商圈。

- **廣場活動：*就給小朋友玩，大人在這裡休息這樣。***

  廣場設計為冂字型的開放空間，在此公私領域中常可見到前來運動、休憩或欣賞各種戶外演出的居民與遊客，而成為藝術街有效聚集與發散人群的核心地帶。

「減分因素」

在減分因素方面也透過訪談的過程深入瞭解遊客對於藝術街感到印象不佳的因素，並記錄下民眾所特別注重的關鍵項目，因此將每位遊客的斷句關鍵詞也都分別萃取成該類別的次數統計表(表 5-9)，再把各項關鍵詞進行全體遊客的次數統計，排序出最重要的前五大關鍵因素(圖 5-12)。以下擷取出具有代表性的斷具內容並詳細說明該分類之重點。

表 5-9：減分因素斷句統計表

減分因素	
D1. 中年女性 (7)	廣場沒特色(2)、綠化不足(3)、人車共道(2)
D2. 青年男性 (13)	人車共道、商家型態不夠多元、廣場破損老舊(2)、電線髒亂危險(3)、 感覺不像商業區、名氣不足、街道景觀雜亂(2)、廣場商家不吸引人(2)
D3. 老年男性 (22)	難停車(8)、人行道難走(6)、人車共道(3)、休憩設施不完善(2)、 缺乏遮陽設施(3)、
D4. 中年男性 (5)	人車共道(2)、人行道難走(2)、櫻花樹不合適
D5. 老年女性 (26)	商家型態不夠多元、車輛違規(4)、人車共道(2)、街道景觀雜亂(4)、 人行道難走(4)、休憩設施不完善(3)、圓石球不合適(7)、車輛多
D6. 青年女性 (6)	人行道難走(3)、人車共道、圓石球不合適、綠化不足
D7. 青年女性 (3)	難停車、廣場活動不合適(2)
D8. 青年男性 (26)	人行道難走(5)、人車共道、街道景觀雜亂、圓石球不合適、 人行道座椅不合適(4)、電線髒亂危險、街區範圍太小(2)、廣場破損老舊(3)、 廣場活動不合適(6)、街區缺乏特色(2)
D9. 中年男性 (22)	人車共道(4)、人行道難走(7)、休憩設施不完善(2)、廣場沒特色、 廣場商家不吸引人 (2)、廣場活動不合適、街區缺乏特色(2)、廣場太小(3)
D10. 老年男性 (6)	人車共道、人行道難走、難停車(4)
D11. 老年女性 (13)	難停車(2)、人車共道(5)、人行道難走(2)、圓石球不合適(2)、 廣場太小(2)
D12. 中年女性 (14)	人車共道(7)、人行道難走(2)、綠化不足、休憩設施不完善、 廣場商家不吸引人、街道景觀雜亂、缺乏遮陽設施

(單位：斷句數)

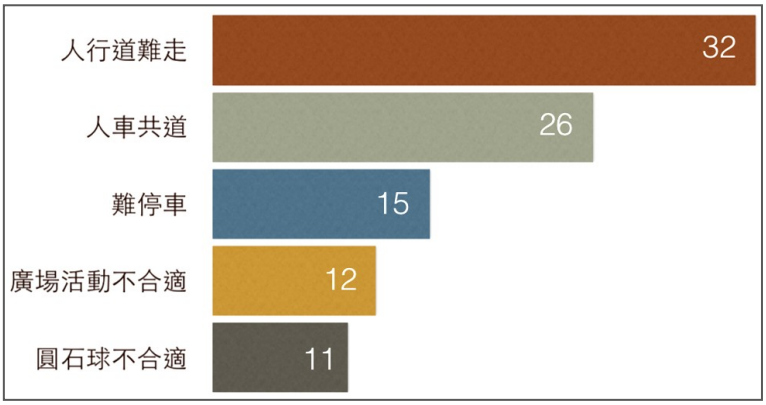

圖 5-12：訪談調查前五大減分因素(單位:斷句數)

- **人行道難走：*(石磚人行道)都會停車或是什麼，就一定都要走到出來(柏油路)。***

在石磚鋪面的人行道範圍中，時常可見到各種商家設置物與路霸的阻擋，而因為無停車位便隨意停放在步道上的機車也成為阻礙人行道通行順暢的最大關鍵。

- **人車共道：*車子在走，行人比較不安全。***

因為上一項因素而間接導致許多民眾會選擇走在柏油路上還比較不易受到行進時的阻礙，但也因此增加許多與車爭道的危險性。

- **難停車：*不好停耶，它這個也沒有什麼停車場，所以說找很久，這比較麻煩。***

對於開車前來的遊客們會特別強調此項內容，主要是因為停車場的位置都較為隱密且指標不夠顯眼，使得駕駛難以立刻查覺，而產生令人不悅的負面印象。

- **廣場活動不合適：*看起來就跟所謂的藝術氣息脫離了。***

有遊客覺得既然藝術街是以藝文氣息著稱的觀光景點，就不該有運動場的意象，因此對於廣場上的「蛇板活動」表示和街區的環境氛圍會顯得格格不入。

- **圓石球不合適：*我之前就被那個石球絆倒。***

許多遊認為設置在人行道旁的圓石球沒有存在的價值，甚至有老年遊客反映過去曾經因為在視線不佳的情況下被絆倒受傷，因此對此設置物感到極為反感。

「期待內容」

在期待內容部分，本研究也透過訪談的過程，詢問遊客對於藝術街未來發展的想像與建議，並記錄下他們特別希望能實踐的關鍵項目(表 5-10)。而透過觀察遊客訪談斷句統計表(表 5-6)的「期待內容」分類中，發現占有較高斷句比例(11%～16%)的遊客都集中在青、中年男性中，可見男性遊客對於藝術街未來發展的期待程度是較高的，並且在希望「好停車」與「電線地下化」兩項因子中都占有絕對多數的斷句內容。

表 5-10：期待內容斷句統計表

期待內容	
D1. 中年女性 (3)	舉辦活動、車輛禁止進入(2)
D2. 青年男性 (6)	整修廣場、舉辦活動(3)、街道整潔乾淨、電線地下化
D3. 老年男性 (6)	遮陽設施(3)、好停車、舉辦活動(2)
D4. 中年男性 (0)	無
D5. 老年女性 (2)	街道整潔乾淨、加強環境綠化
D6. 青年女性 (3)	加強環境綠化、舉辦活動(2)
D7. 青年女性 (0)	無
D8. 青年男性 (23)	路好走(2)、人行道座椅遠離車道(2)、電線地下化(2)、加強環境綠化(5)、整修廣場(3)、休閒活動專屬空間(2)、公園(3)、舉辦活動(4)
D9. 中年男性 (19)	好停車、街道整潔乾淨、路好走、加強環境綠化(3)、遮雨設施、電線地下化(4)、舉辦活動(5)、車輛禁止進入(3)
D10. 老年男性 (4)	車輛禁止進入、好停車(3)
D11. 老年女性 (3)	增加休憩空間(2)、電線地下化
D12. 中年女性 (11)	加強環境綠化(4)、增加廣場數量(2)、舉辦活動(3)、遮陽設施(2)

(單位：斷句數)

以下將各項關鍵詞進行全體遊客的次數統計，排序出最重要的前五大關鍵因素(圖 5-13)並擷取出具有代表性的斷具內容以詳細說明該分類之重點。

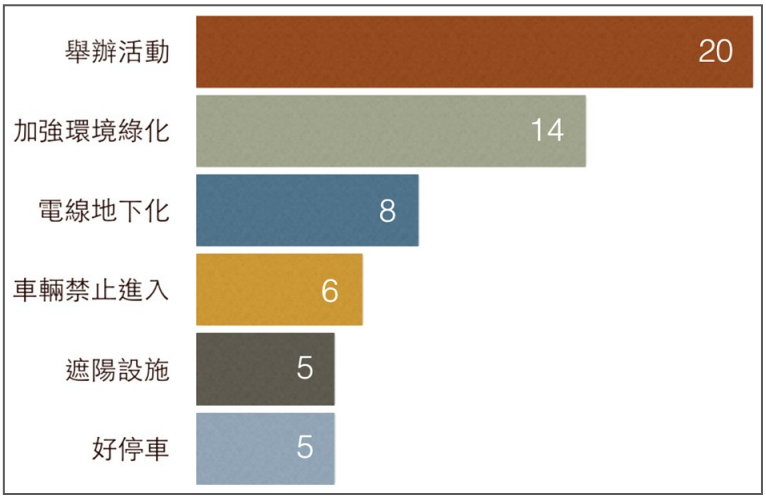

圖 5-13：訪談調查前五大期待內容(單位:斷句數)

- **舉辦活動：*比如說爵士樂或薩克斯風那種感覺的應該就會還不錯。***

  遊客們主要特別期待藝術街能舉辦表演類型的活動，認為可增添街區的藝文氣氛。

- **加強環境綠化：*可以再種多一點的樹。***

  希望行道樹與花圃植栽的數量與整體感都能再加以提升，以強化街道自然景觀。

- **電線地下化：*如果這些可以拿掉會更好(電線)。***

  期待將有礙觀瞻的電線與阻擋通行的電線桿進行地下化，可增進街道美觀與安全。

- **車輛禁止進入：*最好是不要有車子啦，車子不要開進來。***

  有感於人車共道的危險威脅，因此建議執行封街措施能有效保障行人的安全。

- **遮陽設施：*你如果(廣場)上面可能有個什麼東西可以(遮陽)。***

  在廣場上休憩的民眾表示，增設部分遮陽設施將可增加遊客們在戶外停留的意願。

- **好停車：*你進來的時候就要標示說哪邊有停車場。***

  希望停車場在指標的設置上能更顯而易見一些，避免導致找尋不到停車位的困擾。

5-2-3. 遊客訪談小結

透過重新檢視5大斷句分類並進行統整後，可將「硬體建設」與「主觀印象」歸納為『在地資源』範疇，而「魅力因素」與「減分因素」歸納為『現況評價』範疇，另外「期待內容」則自成一格為『未來發展』範疇。為了更顯而易見的將遊客訪談之斷句類別能更具體呈現，本研究遂將上述內容繪製如圖5-14。

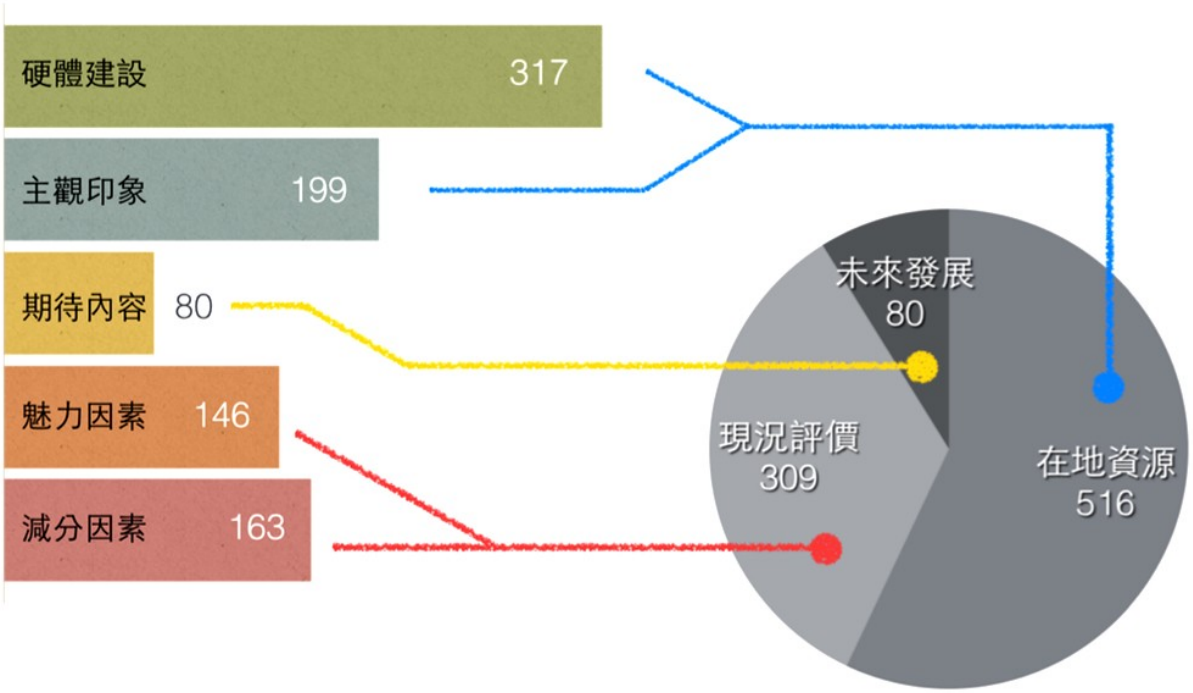

圖 5-14：遊客斷句類別與構成範疇(本研究繪製)

從上圖中可分析出遊客對於『在地資源』的敘述最多，且多為針對硬體設施所做出的主觀印象；而在『現況評價』方面則以「減分因素」略多於「魅力因素」，可見還有很大的改善空間；最後是對『未來發展』的期待內容都普遍不多，主要都集中在舉辦活動和景觀綠化的層面。

欲瞭解遊客族群的主要觀點，除了可特別針對「魅力因素」、「減分因素」與「期待內容」此 3 大類別的前五大關鍵因素各別討論外，還可詳盡列出斷句內容中的所有關鍵詞進行綜合因素的次數統計(表 5-11)，以便於接續進行的綜合因素交叉分析。

表 5-11：遊客綜合因素斷句統計表

綜合因素統計表					
魅力因素	**斷句**	**減分因素**	**斷句**	**期待內容**	**斷句**
環境綠化	28	人行道難走	32	舉辦活動	20
休憩設施完善	27	人車共道	26	加強環境綠化	14
人行道好走	14	難停車	15	電線地下化	8
商家型態	14	廣場活動不合適	12	車輛禁止進入	6
廣場活動	13	圓石球不合適	11	遮陽設施	5
廣場型態	11	休憩設施不完善	8	好停車	5
街道景觀	8	街道景觀雜亂	8	整修廣場	4
人行道設置物完善	7	廣場商家不吸引人	5	路好走	3
好停車	6	廣場太小	5	公園	3
環境舒適	5	廣場破損老舊	5	街道整潔乾淨	3
人行道有特色	3	綠化不足	5	公共座椅遠離車道	2
好逛街	3	缺乏遮陽設施	4	休閒活動專屬空間	2
居住環境	2	電線髒亂危險	4	增加休憩空間	2
藝術氣息	1	街區缺乏特色	4	增加廣場數量	2
特賣活動	1	人行道座椅不合適	4	遮雨設施	1
新鮮感	1	車輛違規	4		
車不多	1	廣場沒特色	3		
早上空氣好	1	街區範圍太小	2		
		商家型態不夠多元	2		
		櫻花樹不合適	1		
		感覺不像商業區	1		
		名氣不足	1		
		車輛多	1		

為了徹底掌握遊客族群對於同一具體內容在不同角度的觀點表態，本研究鍥而不捨的再將 3 大綜合因素的所有關鍵詞進行交叉比對，欲找出具有多重因素的具體內容。在此整理出 12 個具體項目並彙整如表 5-12，而除了第(4)、(6)、(11)項目的內容較淺顯易懂，不需特別解釋以外，以下將逐一說明其綜合因素的關連性分析。

表 5-12：遊客綜合因素交叉分析

項 目	魅力因素	減分因素	期待內容
1	環境綠化(28)	綠化不足(5) 櫻花樹不合適(1)	加強環境綠化(14)
2	休憩設施完善(27)	休憩設施不完善(8)	增加休憩空間(2) 休閒活動專屬空間(2) 公園(3)
3	廣場活動(13)	廣場活動不合適(12)	舉辦活動(20)
4	人行道好走(14)	人行道難走(32)	路好走(3)
5	車不多(1)	人車共道(26) 車輛多(1)	車輛禁止進入(6)
6	好停車(6)	難停車(15)	好停車(5)
7	商家型態(14) 好逛街(3)	商家型態不夠多元(2) 廣場商家不吸引人(5)	
8	廣場型態(11)	廣場破損老舊(5) 廣場太小(5) 廣場沒特色(3)	整修廣場(4) 增加廣場數量(2)
9	街道景觀(8) 環境舒適(5) 人行道有特色(3)	街道景觀雜亂(8) 電線髒亂危險(4) 街區缺乏特色(4)	電線地下化(8) 街道整潔乾淨(3)
10	人行道設置物完善(7)	圓石球不合適(11)	
11		缺乏遮陽設施(4)	遮陽設施(5)
12		人行道座椅不合適(4)	公共座椅遠離車道(2)

（單位：斷句數）

(1)環境綠化

關於此項目的評價多表示認同其具有加值藝術街魅力的特性，並對於加強環境綠化的期待內容也表達高度的肯定與支持。

(2)休憩設施

遊客對於休憩設施雖然普遍認為其具備完善的魅力因素，但還是期待未來的藝術街能規劃更多的休憩空間與公園綠地，或有提供民眾休閒活動的專屬用地。

(3)廣場活動

多數遊客覺得廣場上的休閒活動能使藝術街的意象更具有生命力，但也有不少人對此感到印象不佳，表示這類型的活動與藝術街的形象不搭，且有一定的危險程度；所以期待舉辦的活動類型大多表示偏好與音樂相關的演出或街頭藝人表演。

(5)人車共道

大多數的受訪者皆認為走在有許多車輛行駛的街道上是危機四伏的，因此甚至建議執行封街措施，有效解決人車共道的安全威脅。

(7)商家型態

在此方面肯定其具有一定的魅力程度，並認為這裡是個適合逛街與購物的迷人商圈；但針對於廣場的部分商家卻感到較不具有吸引力，而以藝術街的商家形態而言也提出不夠多元化的減分因素。

(8)廣場型態

遊客們認為此廣場具有戶外開放空間的休閒形態，能有效增進人群間的交流與互動，更提供了完善的休憩空間可讓任何人都能在此小歇片刻，藉此欣賞表演活動或週遭街景。但在缺點方面也有提到因為廣場的範圍太小與破損老舊而產生的不佳印象，所以在期待內容中特別期待公部門能確實定期維護整修此區域的硬體設施，並想辦法再規劃新的廣場用地以增加街區魅力。

(9)街道景觀

對於街道景觀與人行道的方面，認為此區域具有令人感到舒適的環境及特色街道，但同時卻也反映出街道景觀在某些區域呈現雜亂無章的缺失，或是因電線盤據在人行道上造成環境髒亂危險的意象。因此遊客們期待未來的改善措施能包含實施電線地下化及加強街道整齊清潔的具體內容。

(10)人行道設置物

遊客對於人行道設置物(花圃、行道樹、公共座椅、圓石球)的整體印象中，認為大多數的設施皆屬完善且具有特色，但是特別對圓石球感到較不合適。因其對景觀營造的重要程度不高，而且會成為行人穿越馬路時的阻礙，更有可能是導致受傷的絆腳石。

(12)人行道座椅

也有遊客提出人行道座椅不合適的看法，主要是因為覺得其擺設位置不佳(緊貼車道)，還有座面呈現隔柵狀簍空設計所以不適合久坐；因此期待公共座椅在配置上可盡量遠離車道，以保障使用者的安全與舒適性。

5-3. 訪談總結

將統整遊客與經營者所共同偏重的項目進行對照分析，把雙方觀點中所具有最大交集的內容歸納如下表 5-13，由此可見雙方在許多面向的想法是接近或一致的(商家型態、環境綠化)。因此，本研究將同時參考圖 5-11～13 所列出的前五大魅力因素、減分因素與期待內容，共同將其要點作為遊客問卷項目擬定時的主要依據，以更客觀的量化統計結果，分析出能有效提升遊客滿意度的關鍵要素與值得經營者努力改善的減分缺失。

表 5-13：遊客與經營者觀點對照分析

項　目	遊客觀點	經營者理念
當地活動	期待能多舉辦各類型活動，尤其偏好與音樂會或街頭藝人表演。	每個月舉辦「手作市集」及各種多樣化的交流、體驗活動，並在廣場上舉辦音樂會表演。
步行空間	受到各種路霸阻擋或因路面不平導致窒礙難行，而選擇行走在危險的車道上。	將和商家與居民勸導移除妨礙遊客通行的設置物，並執行道路整平工程與規劃機車停車位。
廣場型態	在假日人潮眾多時會感到因廣場規模不大所產生的擁擠感，並反映出有破損的情形與老舊意象。	所有設施皆會定期進行維護修繕工程，並希望未來在成為都市計劃用地後，可規劃新的公共空間。
停車問題	汽車停車場雖多(5 座)但是隱身於巷弄中不易找尋，而機車無停車位則會導致隨意停放的亂象。	加強宣導停車場的位置並建立完善的指標系統，而在成為都市計劃用地後，將可規劃機車停車位。
商家型態	商家具有迷人的魅力，但還希望能有更多不同類型的特色店家。	期待目前的商家能再創造出差異化的特色，並期盼藝術街能吸引更多不同類型的商家進駐。
環境綠化	對於目前的環境綠化是感到滿意的，認為其可增加藝術街的魅力，但還希望能再作加強。	全面種植櫻花樹與重整街區的花圃植栽可望為街道景觀加分，同時也需定期進行維護管理。

第六章　遊客問卷統計分析

根據經營者與遊客訪談彙整成果，將遊客認為影響藝術街觀光魅力的關鍵因素作為擬定問卷項目的參考依據，進行更深入的分析與探討。藉此瞭解遊客們在藝術街的觀光過程中，對於各項構成商圈健全發展的綜合因素之各別評價，以驗證經營者的理想價值之執行成效，並研討提升遊客滿意度之具體改善建議。問卷調查部分，以隨意抽樣方式於平、假日的下午時段在藝術街柯比意廣場上與相鄰區域向遊客發放(圖 6-1)，在填寫完後立即回收。因此，將調查對象鎖定為正在藝術街現場遊覽或休憩的民眾為範圍，希望遊客們能依據即時親身體驗的感官回饋作為較可靠的評斷標準，藉此提升受測者在填寫眾多問卷項目中的特定細節時之可信賴程度。而秉持著觀光無國界的原則，在藝術街漸趨邁向國際化的過程中，也不斷吸引少數的外國遊客前來探訪，因此本研究也擬定英文版問卷可向外國遊客說明緣由後進行調查(圖 6-2)。

圖 6-1：向人行道上的遊客發放問卷(本研究拍攝)

圖 6-2：向外國遊客發放問卷(本研究拍攝)

調查過程於 102 年 5～7 份月的其中 22 天(包含平、假日)，親自到藝術街現場發放問卷，總計調查時數約 34 小時，總共發出 251 份數量，扣除 31 份未填寫完整或內容矛盾的瑕疵問卷，有效樣本為 220 份(平日 76 份、假日 144 份)，回收率達 88%，平均填寫時間約 5～7 分鐘。在回收完問卷後再把其內容運用統計程式進行比較客觀的量化分析與解讀，以下將對整體樣本的特徵描述與各項評價進行深入探討。

6-1. 樣本特徵調查

6-1-1. 基本資料

(1) 性別

在 220 位受訪遊客的性別組成中，男性為 92 人，女性為 128 人；表示接受調查的遊客其性別比例與觀察目前在藝術街觀光或參與各式活動的遊客呈現「女多男少」的情形相似(圖 6-3)。

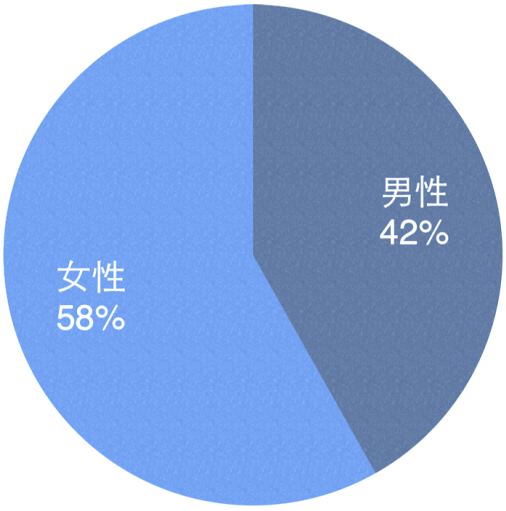

圖 6-3：遊客性別比例(本研究繪製)

(2)年齡

本研究參考人類學書籍與國內法規將年齡層分為 5 大階段(圖 6-4)，依序為：少年:17 歲以下、青年:18～24 歲、壯年:25～44 歲、中年:45～64 歲(James, W., 2008)與老年：65 歲以上(中華民國內政部社會司)。在年齡層分布中以「壯年」(25～44 歲)最多，占有 102 人(46.4%)，其次為「青年」(18～24 歲)，占有 80 人(36.4%)。

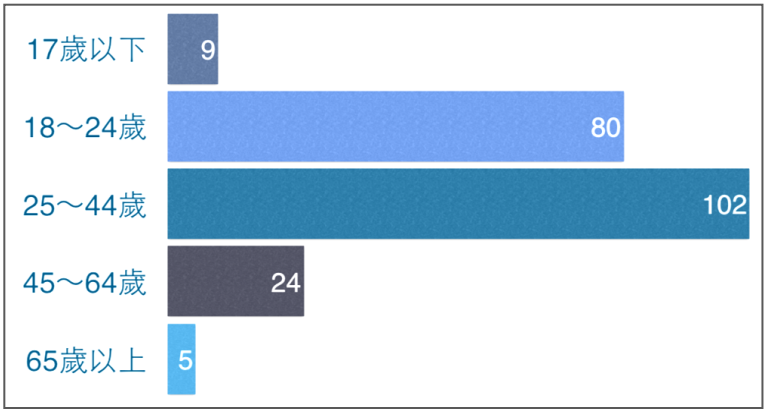

圖 6-4：遊客年齡層分布(單位：人數)

(3)教育程度

見圖 6-5 可看出遊客中以擁有大學(專)學歷的比例最多，共有 152 人(69.1%)。

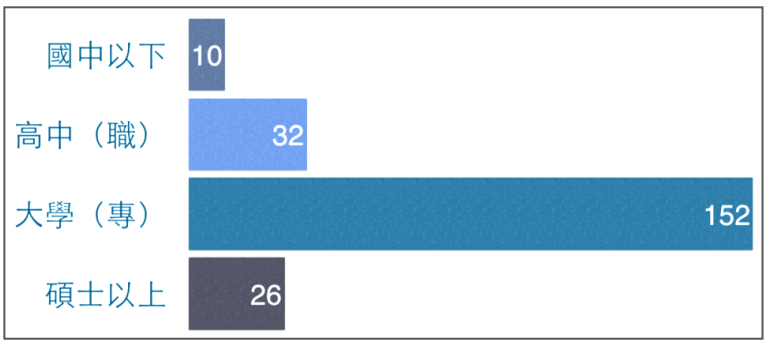

圖 6-5：遊客教育程度(單位：人數)

(4)工作型態

比較遊客的工作型態中，以上班族的人數最多，占有 93 人(42.3%)；其次為學生族群，也占有 75 人(34.1%)的高比例(圖 6-6)。

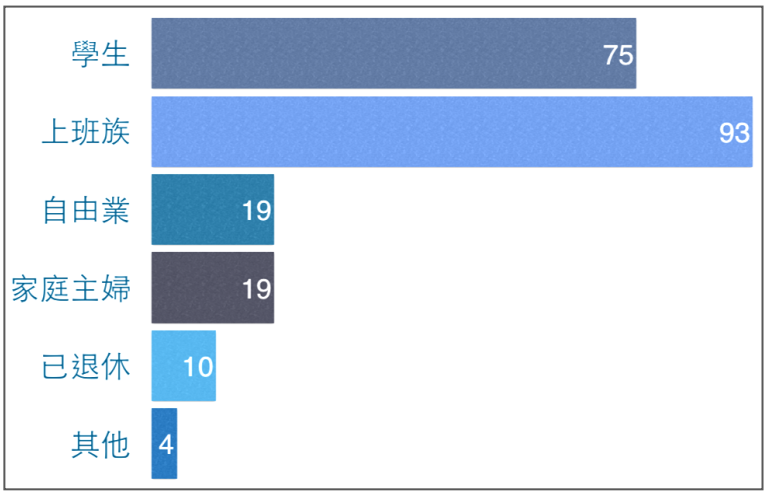

圖 6-6：遊客工作型態(單位：人數)

(5)居住地或國別

在本國的遊客中，以居住在台中市的民眾最多，占有 132 人(60.0%)；其次是北部地區(基、北、桃、竹、苗)的 40 人(18.2%)，以及居住在台中鄰近縣市(彰、投、雲、嘉)的 19 人(8.6%)。另外，為了調查外國遊客對於藝術街的綜合觀點，也藉此發放了 20 份問卷進行測量；包含來自美國、加拿大、紐西蘭、德國、法國、捷克、南非、日本、中國、馬來西亞與香港的遊客，足以顯示藝術街對於不同國別的遊客皆具有一定的魅力以吸引外國人願意到此一遊，並將其行程規劃為體驗台灣特色的其中一站。但令人感到可惜的是在 220 位遊客中無任何來自東部(宜、花、東)與外島地區的本國居民，此現象反映出藝術街在未來的推廣活動與觀光宣傳方面，可嘗試在上述兩大地區再努力加強(圖 6-7)。

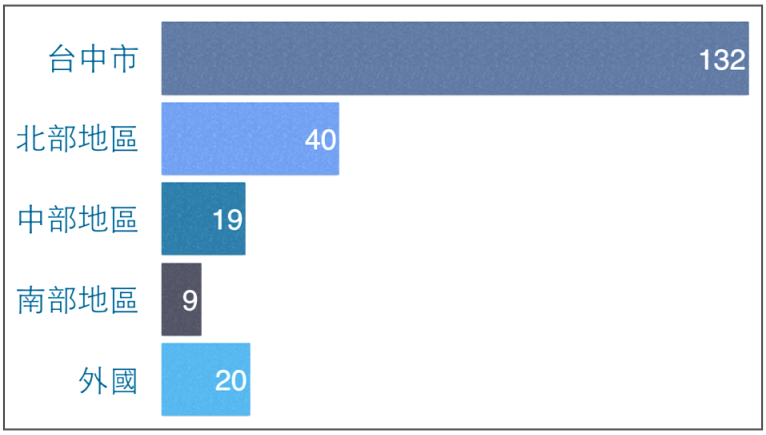

圖 6-7：遊客居住地或國別(單位：人數)

在此階段將以上的受訪者基本資料統整為如表 6-1，以供詳細對照：

表 6-1：受訪者基本資料

基本資料	選　項	人　數	比　例
(1)性 別	男	92	41.8%
	女	128	58.2%
(2)年 齡	17 歲以下	9	4.1%
	18～24 歲	80	36.4%
	25～44 歲	102	46.4%
	45～64 歲	24	10.9%
	65 歲以上	5	2.3%
(3)教育程度	國中(含以下)	10	4.5%
	高中(職)	32	14.5%
	大學(專)	152	69.1%
	碩士以上	26	11.8%
(4)工作型態	學生	75	34.1%
	上班族	93	42.3%
	自由業	19	8.6%
	家庭主婦	19	8.6%
	已退休	10	4.5%
	其他	4	1.8%
(5)居住地或國別	台中市	132	60.0%
	北部地區	40	18.2%
	中部地區	19	8.6%
	南部地區	9	4.1%
	外國	20	9.1%

6-1-2. 經驗與偏好

(1)造訪時段

觀察圖 6-8 可判斷遊客最愛前往藝術街的時段主要集中在下午時間，有近半數的民眾表示最喜歡在假日午後造訪，其人數占有 106 人(48.2%)，其次是平日午後的 60 人(27.3%)。

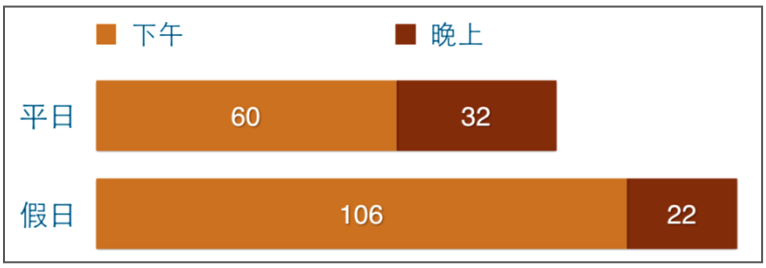

圖 6-8：遊客偏愛造訪時段(單位：人數)

(2)交通方式

有將近七成遊客造訪藝術街的交通方式是藉由汽車或機車前來(68.6%)，其中透過駕駛或搭乘汽車的人數最多，占有 83 人(37.7%)，而機車族也占有 68 人(30.9%)的次高比例(圖 6-9)。

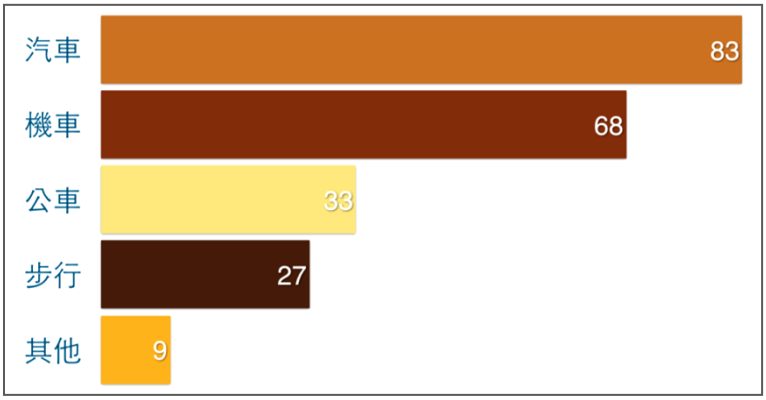

圖 6-9：遊客交通方式(單位：人數)

(3)停車位置

遊客將車輛停放在附近巷子內的情形最為普遍，占有 77 人(50.7%)，其次也有 48 位民眾(31.6%)將車輛停放在收費停車場中；而偏好將車輛停放於藝術街店家前的民眾也占了 24 人(15.8%)，但其車輛停放的位置卻往往就在人行道上，也因此成為常被遊客所抱怨的路霸問題(圖 6-10)。

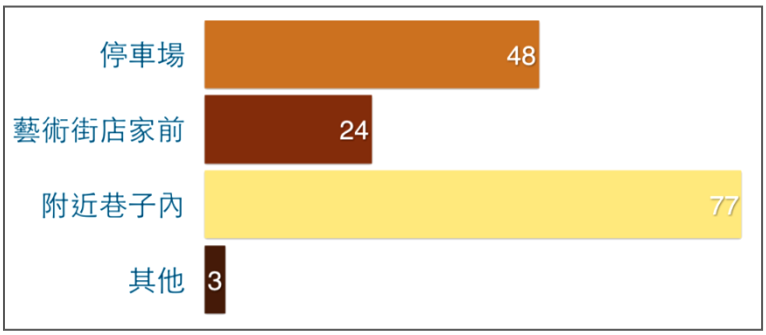

圖 6-10：遊客停車位置(單位：人數)

(4)停留時間

遊客對於預計停留時間的安排上，大多會選擇停留二～三小時，該選項占有 146 人(66.4%)。而大於或小於此區帶的比例皆不超過兩成(圖 6-11)，顯示絕大多數的遊客會願意在此停留二小時以上，但是要能讓他們想在此停留到四小時以上的難度是具有相當的挑戰。因此除了提供遊客參與豐富的多元活動外，經營者也有必要思考如何增加民眾會想多加停留的強大動機，但若能有效提升此區塊的比例也等同於間接證明藝術街能具有更多或更高程度上使訪客捨不得走的魅力因素。

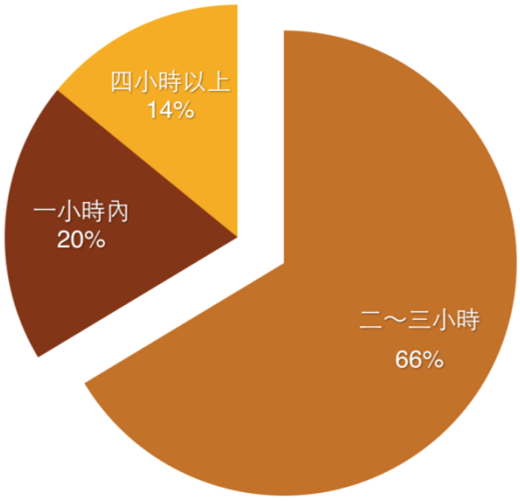

圖 6-11：預計停留時間(本研究繪製)

(5)同行人數

在實地觀察時發現，在藝術街遊覽的訪客幾乎都是以小群體的型態出現；因此在調查同行人數(包含自己)的選項中，表示有二～五人共同前來的遊客就有 201 人(91.4%)的極高比例(圖 6-12)，這反映了藝術街對於遊客而言，是一個非常適合與親朋好友共同前往的觀光商圈。

圖 6-12：遊客同行人數(單位：人數)

(6)造訪次數

已經來藝術街超過十次的遊客最多，占有 80 人(36.4%)，其中有包含就住在街區附近的民眾與喜愛經常前來遊覽的常客；其次為曾經來過二～五次的 63 人(28.6%)，而初次造訪的族群也占有 55 人(25.0%)，顯示每四位遊客之中就有一人是透過多重管道慕名而來的新面孔(圖 6-13)。

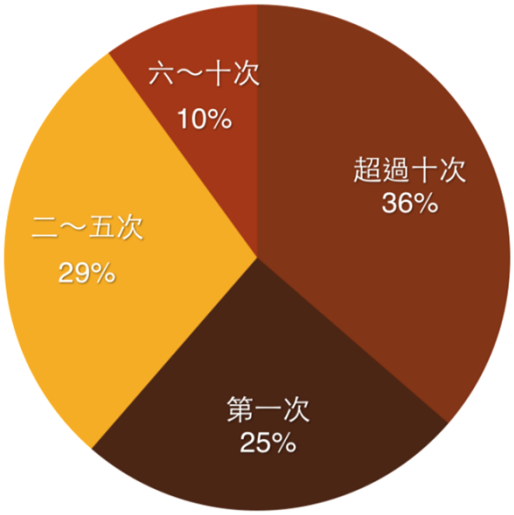

圖 6-13：遊客造訪次數(單位：人數)

(7)造訪目的

遊客們選擇在此地逛街的比例最高，占有 116 人(52.7%)，其次為散步或運動占了 80 人(36.4%)，同時也有超過三成遊客(71 人，32.3%)選擇在藝術街用餐，和 45 人(20.5%)來這裡約會(圖 6-14)。由於該選項設定為複選題，因此在提供遊客可多重選擇的條件下，平均勾選項目為 1.5 項，由此可知遊客造訪藝術街的目的還是以一到兩種活動類型為主。

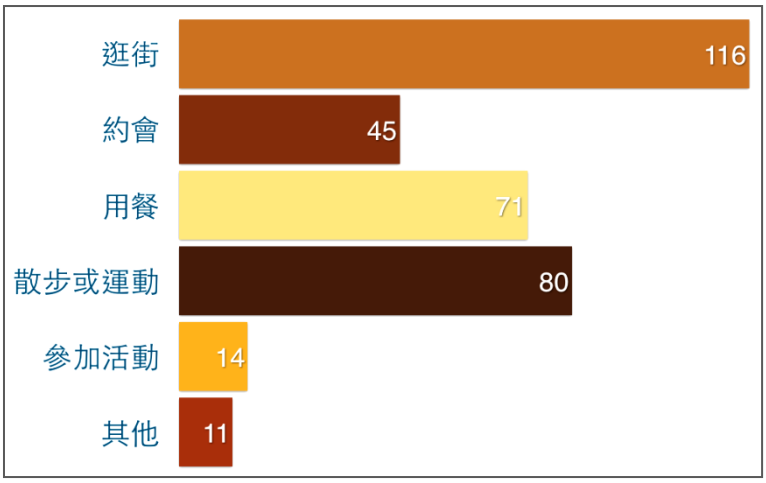

圖 6-14：遊客造訪目的(單位：人數)

(8)再訪意願

認為「偶而會來」(每二～三個月)的遊客最多，占有 91 人(41.4%)，其次為帶有不確定性的覺得「可能會來」，占有 79 人(35.9%)。而再訪意願最高並表示「會常常來」(每個月)的遊客則占有 49 人(22.3%)，顯示在藝術街現場的遊客，平均每五個中人就有一人是經常造訪的常客(圖 6-15)。

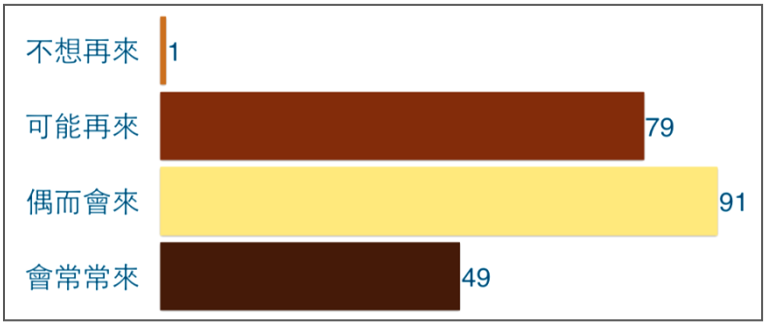

圖 6-15：遊客再訪意願(單位：人數)

在此階段將以上的受訪者經驗與偏好內容統整為如表 6-2，以供詳細對照：

表 6-2：受訪者經驗與偏好

基本資料	選　項	人　數	比　例
(1)造訪時段	平日下午	60	27.3%
	平日晚上	32	14.5%
	假日下午	106	48.2%
	假日晚上	22	10.0%
(2)交通方式	汽車	83	37.7%
	機車	68	30.9%
	公車	33	15.0%
	步行	27	12.3%
	其他	9	4.1%
(3)停車位置	停車場	48	31.6%
	藝術街店家前	24	15.8%
	附近巷子內	77	50.7%
	其他	3	2.0%
(4)停留時間	一小時內	43	19.5%
	二～三小時	146	66.4%
	四小時以上	31	14.1%
(5)同行人數	一人	12	5.5%
	二～五人	201	91.4%
	六人以上	7	3.2%
(6)造訪次數	第一次	55	25.0%
	二～五次	63	28.6%
	六～十次	22	10.0%
	超過十次	80	36.4%
(7)造訪目的（複選題）	逛街	116	52.7%
	約會	45	20.5%
	用餐	71	32.3%
	散步或運動	80	36.4%
	參加活動	14	6.4%
	其他	11	5.0%
(8)再訪意願	不想再來	1	0.5%
	可能再來	79	35.9%
	偶而會來	91	41.4%
	會常常來	49	22.3%

6-2. 綜合因素評價分析

6-2-1. 魅力與減分因素

為了能更明確與詳細的瞭解遊客對於藝術街正反面評價內容，本研究便在問卷中設計此複選題組，讓受訪者在「魅力因素」與「減分因素」兩大單元中勾選其認為條件成立的選項，例如在「魅力因素」中的“環境綠化得宜”與在「減分因素」中的“環境綠化不足” 即為其各別單元的選項之一。以下將各別以排序方式進行討論，並針對前五大因素作解釋說明。

魅力因素排序

以問題：「請問藝術街吸引您的魅力因素是？」引導遊客勾選作答此單元的 11 個選項，再統計各項目的累積次數後便將前五大魅力因素依序排列如下圖 6-16：

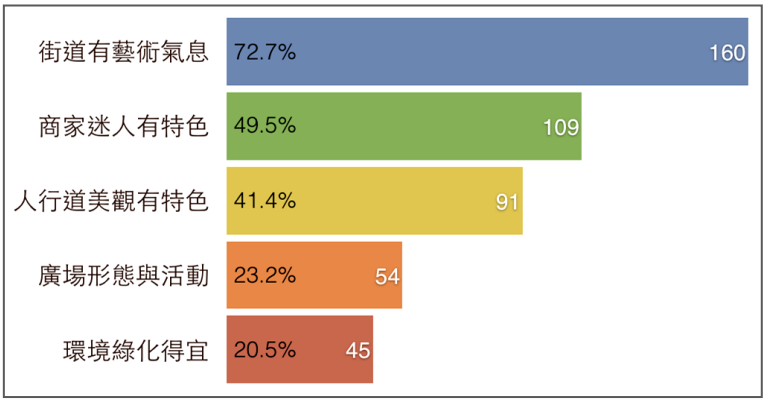

圖 6-16：藝術街前五大魅力因素(問卷調查)

以下並詳盡列出各選項的累積次數與統計比例提供比較對照(表 6-3)：

(1)街道有藝術氣息

認為此選項成立的遊客有 160 人(72.7%)，意即有超過七成的受訪者都表示這是藝術街各項構成因素中最吸引他們的條件，因此也成為此商圈最重要的觀光形象。

(2)商家迷人有特色

有 109 位(49.5%)受訪者感受到藝術街的商家具備迷人的特色，顯示有近一半的遊客認為目前的商家具有足夠的吸引力，能讓他們對此商圈的形象加分，並且更有可能提升遊客願意再次前來探訪的主要動機。

(3)人行道美觀有特色

有 91 位(41.4%)遊客認為人行道在外觀上具有迷人的特質，也因此常可見到許多民眾偏好在街道上拍照留影，作為到此一遊的影像紀錄；甚或有時也會遇見攝影師在此取景拍攝新人的婚紗照與外拍模特兒的人像攝影。但是當探討到遊客對於人行道的平坦度、暢通性與設置物的評價中，卻大幅降低其魅力程度，由此可見目前的人行道雖然好看，卻不利步行者通行其中，也成為亟待改善的缺失。

(4)廣場型態與活動

在受訪者中占有 54 人(23.2%)認為廣場是構成藝術街具有魅力的戶外空間，這也驗證了廣場具有吸引人親近並加以使用的特質。

(5)環境綠化得宜

總共有 45 位(20.5%)遊客肯定藝術街的環境綠化是具有吸引力的，即便當調查期間時屬夏季而未遇上櫻花樹之盛開花期，但整體因素還另外包含：「人行道花圃」與「商家植栽造景」的綠化意象已在遊客心中具有一定的魅力程度。

表 6-3：魅力因素排序統計表

項　目	次　數	次數比例	人數比例
1. 街道有藝術氣息	160	26.9%	72.7%
2. 商家迷人有特色	109	18.3%	49.5%
3. 人行道美觀有特色	91	15.3%	41.4%
4. 廣場型態與活動	54	9.1%	23.2%
5. 環境綠化得宜	45	7.6%	20.5%
6. 人行道平坦整齊	34	5.7%	15.5%
7. 當地活動豐富多元	28	4.7%	12.7%
8. 休憩設施完善	24	4.0%	10.9%
9. 人行道寬敞無障礙	24	4.0%	10.9%
10. 人行道設置物完善	16	2.7%	7.3%
11. 其　他	10	1.7%	4.5%
總　計	**595**	**100%**	**270.5%**

註：每人平均勾選 2.71 項

減分因素排序

以問題：「請問藝術街讓您印象不佳的因素是？」引導遊客勾選作答此單元的 16 個選項，再統計各項目的累積次數後便將前五大減分因素依序排列如下圖 6-17，從中可以看出前兩項的減分因素皆與「行」有關，表示這是刻不容緩必須面對與解決的問題；以下並詳盡列出各選項的累積次數與統計比例提供比較對照(表 6-4)。

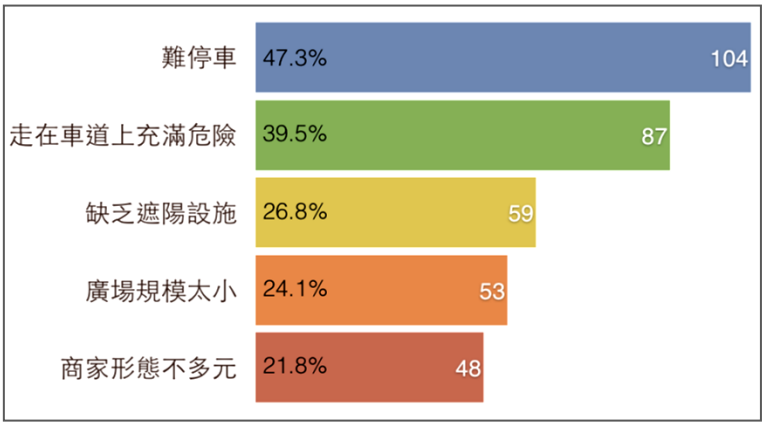

圖 6-17：藝術街前五大減分因素(問卷調查)

(1)難停車

有 104 位(47.3%)遊客勾選此項目，表示有將近一半的遊客認為此因素是來到藝術街所遇到的最大困擾；但對照第四章的基地調查結果可發現其實街區所提供的停車位是充足的，顯見問題出在停車場的指標系統不夠完善，使許多駕駛根本就不知道該往哪裡停車，因而衍生對於商圈的負面評價。

(2)走在車道上充滿危險

由於行走在人行道上會遇到許多障礙物的阻擋，導致行人被迫步行在柏油路上與車共道；或者在行經與巷弄交會的路口時，都需要特別提防汽機車會從街道兩旁暴衝而出，甚至逆向行駛，綜合以上現象已使遊客對藝術街衍生出極為負面的印象。該項目占有 87 人(39.5%)，有將近四成的顯著比例。

(3)缺乏遮陽設施

即使在本研究的調查期間(102 年 5 月)，龍井區公所已經發包工程於廣場前的人行道上增設了一個小涼亭，但其遮陽面積極為有限，並不足以符合使用者的需求；因此在炎炎夏日中便有 59 人(26.8%)的遊客對於此項目的內容是有更高的期待。

(4)廣場規模太小

有 53 位(24.1%)遊客認同此選項，尤其在假日人潮較多時會感到特別擁擠，因其可運用的面積略顯不足以負荷眾多的使用人數。

(5)商家型態不多元

認為此項目已成為藝術街減分因素的遊客占有 48 人(21.8%)，以超過兩成的比例分布，可見民眾對於藝術街能進駐更多不同類型的特色商家是充滿期待的。

表 6-4：減分因素排序統計表

項　目	次　數	次數比例	人數比例
1. 難停車	104	18.4%	47.3%
2. 走在車道上充滿危險	87	15.4%	39.5%
3. 缺乏遮陽設施	59	10.4%	26.8%
4. 廣場規模太小	53	9.4%	24.1%
5. 商家型態不多元	48	8.5%	21.8%
6. 環境綠化不足	37	6.5%	16.8%
7. 人行道上充滿阻礙	31	5.5%	14.1%
8. 人行道崎嶇不平	23	4.1%	10.5%
9. 商家不具有特色	22	3.9%	10.0%
10. 無實施電線地下化	22	3.9%	10.0%
11. 休憩設施不完善	20	3.5%	9.1%
12. 街道景觀雜亂	18	3.2%	8.2%
13. 街道平凡沒特色	15	2.7%	6.8%
14. 廣場破損老舊	14	2.5%	6.4%
15. 廣場有很多人在運動	6	1.1%	2.7%
16. 其　他	6	1.1%	2.7%
總　計	**565**	**100%**	**256.8%**

註：每人平均勾選 2.57 項

6-2-2. 族群差異分析

將「性別」、「年齡」、「工作型態」、「交通方式」與「國別」五大族群進行差異分析，以瞭解各類型遊客的「偏好項目」並判斷其造訪特性及喜好程度。在此將要依序探討的分類與項目詳列如下：

a.「性別」差異分析

(1)年齡組成

(2)造訪目的

(3)再訪意願

(4)魅力因素

(5)減分因素

b.「年齡」差異分析

(1)造訪目的

(2)再訪意願

c.「工作型態」差異分析

(1)造訪目的

(2)造訪時段

d.「交通方式」差異分析

(1)停車位置

(2)感到難停車

e.「國別」差異分析

(1)造訪目的

(2)綜合評價

a.「性別」差異分析

(1)年齡組成

在表 6-5 的男、女性遊客年齡分布中，可明顯看出男性遊客的年齡層主要是以壯年族群為主；而女性遊客的年齡層卻有著橫跨青年到壯年族群的均質分布。

表 6-5：遊客「性別/年齡」差異分析

年齡 / 性別	少年（17 歲以下）	青年（18～24 歲）	壯年（25～44 歲）	中年（45～64 歲）	老年（65 歲以上）
男　性(92)	4	27	45	12	4
	4. 3%	29. 3%	**48. 9%**	13. 0%	4. 3%
女　性(128)	5	53	57	12	1
	3. 9%	**41. 4%**	**44. 5%**	9. 4%	0. 8%

(2)造訪目的

比較男、女性遊客的造訪目的，可發現男性遊客表示來此「逛街」的比例更勝於女性遊客；但是在「散步或運動」的項目中，女性則占有較高的比重(表 6-6)。

表 6-6：遊客「性別/造訪目的」差異分析

造訪目的 / 性別	逛　街	約　會	用　餐	散步或運動	參加活動
男　性(92)	51	23	30	30	8
	55. 4%	25. 0%	32. 6%	**32. 6%**	8. 7%
女　性(128)	65	22	41	50	6
	50. 8%	17. 2%	32. 0%	**39. 1%**	4. 7%

(3)再訪意願

在此性別差異分析中，可明顯看出男性遊客的再訪意願以「偶而會來」居最高順位，意即可將其族群屬性歸類為固定回流遊客。而女性遊客則以「可能再來」的機會最高，代表其族群以潛在回流遊客居多，但也有26.6% 的女性表示「會常常來」，因此推測會到藝術街頻繁造訪的常客，仍然以女性遊客居多(表 6-7)。

表 6-7：遊客「性別/再訪意願」差異分析

再訪意願 / 性　別	不想再來	可能再來	偶而會來（每二～三個月）	會常常來（每個月）
男　性(92)	0	25	52	15
	0.0%	27.2%	**56.5%**	16.3%
女　性(128)	1	54	39	34
	0.8%	**42.2%**	30.5%	**26.6%**

(4)魅力因素

雙方就「街道有藝術氣息」及「商家迷人有特色」都有高度的共識，而男性遊客對於「人行道美觀有特色」及「廣場型態與活動」的認同程度較高，但女性遊客在「環境綠化得宜」項目則給予更高的肯定(表 6-8)。

表 6-8：遊客「性別/主要魅力因素」差異分析

性　別 / 魅力因素	男　性(92)		女　性(128)	
街道有藝術氣息	65	70.7%	95	74.2%
商家迷人有特色	44	47.8%	65	50.8%
人行道美觀有特色	43	**46.7%**	48	37.5%
廣場型態與活動	25	**27.2%**	29	22.7%
環境綠化得宜	16	17.4%	29	**22.7%**

(5)減分因素

對於藝術街的不滿之處，男女性遊客也都各別表達出不同程度的看法。以女性為例，其反映程度較明顯高於男性遊客的項目是「商家型態不多元」，而男性遊客則特別感到「難停車」與「廣場規模太小」；但雙方對於「走在車道上充滿危險」與「缺乏遮陽設施」的反映程度都有相似程度的負面評價(表 6-9)。

表 6-9：遊客「性別/主要減分因素」差異分析

性　別 / 減分因素	男　性(92)		女　性(128)	
難停車	49	**53.3%**	55	43.0%
走在車道上充滿危險	35	38.0%	52	40.6%
缺乏遮陽設施	23	25.0%	36	28.1%
廣場規模太小	25	**27.2%**	28	21.9%
商家型態不多元	16	17.4%	32	**25.0%**

b.「年齡」差異分析

(1)造訪目的

為得知不同年齡層遊客的多元造訪目的，因此將該題項設定為複選題，在表 6-10 中可分析出各族群前來藝術街的主要及次要目的。藉由統計結果得知所有年齡層遊客的主要造訪目的都是「逛街」；而觀察遊客的次要造訪目的，可發現除了青年族群以外的遊客皆為「散步或運動」，並且在老年族群占有最高的參與度，其次為中年族群與少年族群；另外在「用餐」項目雖為青年族群的次要造訪目的，卻是在該項目中占有最高比例的年齡層分佈，由此可知青年族群為藝術街餐飲業的主要潛在客源。

表 6-10：遊客「年齡/造訪目的」差異分析

造訪目的 / 年　齡	逛　街	約　會	用　餐	散 步 或運動	參 加 活 動
少年(17 歲以下)	5	1	2	4	0
	55. 6%	11. 1%	22. 2%	**44. 4%**	0. 0%
青年(18～24 歲)	45	21	34	24	3
	56. 3%	26. 3%	**42. 5%**	30. 0%	3. 8%
壯年(25～44 歲)	50	18	27	37	8
	49. 0%	17. 6%	26. 5%	**36. 3%**	7. 8%
中年(45～64 歲)	13	4	8	12	3
	54. 2%	16. 7%	33. 3%	**50. 0%**	12. 5%
老年(65 歲以上)	3	1	0	3	0
	60. 0%	20. 0%	0. 0%	**60. 0%**	0. 0%

(2)再訪意願

藝術街最受少年、中年與老年族群的青睞，因其對於再訪意願中選擇「會常常來」的比例最高，表示此三大族群是頻繁造訪藝術街的常客；而壯年族群則選擇「偶而會來」為主要的選項，由此可見其族群以固定回流遊客居多；但青年族群表示「可能再來」的程度為所有年齡層中最高，代表此族群會再度造訪的可能性及頻繁度為最低，由此推測目前的藝術街較缺乏吸引青年族群再次造訪的迷人因素(表 6-11)。

表 6-11：遊客「年齡/再訪意願」差異分析

再訪意願 / 年　齡	不想再來	可能再來	偶而會來（每二～三個月）	會常常來（每個月）
少年(17 歲以下)	0	2	2	5
	0. 0%	22. 2%	22. 2%	**55. 6%**
青年(18～24 歲)	1	40	35	4
	1. 3%	**50. 0%**	43. 8%	5. 0%
壯年(25～44 歲)	0	32	43	27
	0. 0%	31. 4%	**42. 2%**	25. 5%
中年(45～64 歲)	0	3	10	11
	0. 0%	12. 5%	41. 7%	**45. 8%**
老年(65 歲以上)	0	2	1	2
	0. 0%	40. 0%	20. 0%	**40. 0%**

c.「工作型態」差異分析

(1)造訪目的

為得知不同工作型態遊客造訪藝術街之目的，因此將該題項設定為複選題，在表 6-12 中可分析出各族群造訪藝術街的主要及次要目的。分析出學生以「逛街」為主，其次為「用餐」；上班族以「逛街」為主，其次為「散步或運動」；自由業以「用餐」為主，其次為「逛街」與「散步或運動」；家庭主婦以「散步或運動」為主，其次為「逛街」；退休族群以「逛街」為主，其次為「散步或運動」。可見各年齡層普遍都以「逛街」為顯著的造訪目的，而學生與自由業則在「用餐」的項目中占有較高的比重；另外除了學生以外，其他族群在「散步或運動」方面也都較為顯著。

表 6-12：遊客「工作型態/造訪目的」差異分析

造訪目的 / 工作型態	逛　街	約　會	用　餐	散 步 或運動	參 加 活 動
學　生(75)	43	15	32	22	4
	57.3%	20.0%	**42.7%**	29.3%	5.3%
上班族(93)	48	21	19	35	5
	51.6%	22.6%	20.4%	**37.6%**	5.4%
自由業(19)	7	6	9	7	2
	36.8%	31.6%	**47.4%**	**36.8%**	10.5%
家庭主婦(19)	9	1	6	11	1
	47.4%	5.3%	31.6%	**57.9%**	5.3%
已退休(10)	6	0	2	4	1
	60.0%	0.0%	20.0%	**40.0%**	10.0%

(2)造訪時段

當問到遊客最偏好前往藝術街的時段時，可發現有固定上下班(課)時間的學生和上班族都偏好在「假日下午」造訪的機會較高；而從事自由業的遊客因為有比較彈性的工作時間，所以可能為了避開人潮，而比較偏好在「平日下午」前來；另外對於家庭主婦與退休族群而言，因同樣較不被固定的上下班作息所受限，所以在造訪時段上並無顯著的差異性(表 6-13)。

表 6-13：遊客「工作型態/造訪時段」差異分析

造訪時段 / 工作型態	平日下午	平日晚上	假日下午	假日晚上
學　生(75)	22	15	31	7
	29.3%	20.0%	**41.3%**	9.3%
上班族(93)	19	11	55	8
	20.4%	11.8%	**59.1%**	8.6%
自由業(19)	8	5	4	2
	42.1%	26.3%	21.1%	10.5%
家庭主婦(19)	8	0	9	2
	42.1%	0.0%	**47.4%**	10.5%
已退休(10)	3	1	4	2
	30.0%	10.0%	**40.0%**	20.0%

d.「交通方式」差異分析

(1)停車位置

開車族主要以「停車場」為首選，但也有近四成的駕駛將車停在沒有規畫停車格的「附近巷子內」。機車族則主要是騎進「附近巷子內」並沿著巷弄旁隨意停放，但也有為數不少的機車更是選擇停放在「藝術街店家前」，因而造成令人詬病的路霸現象，而此狀況也反映到目前沒有機車停車位的困擾(表 6-14)。

表 6-14：遊客「交通方式/停車位置」差異分析

交通方式 \ 停車位置	停車場	藝術街店家前	附近巷子內	其　他
汽　車(83)	48	2	31	2
	57.8%	2.4%	**37.3%**	2.4%
機　車(68)	0	22	45	1
	0.0%	**32.4%**	**66.2%**	1.5%

(2)感到難停車

超過六成的開車族與近六成的機車族認為來到藝術街是難停車的，顯示停車問題是駕駛們都共同感到反感的缺失(表 6-15)。

表 6-15：遊客「交通方式/感到難停車」差異分析

交通方式	感到難停車	
汽　車(83)	55	**66.3%**
機　車(68)	39	**57.4%**

e.「國別」差異分析

(1)造訪目的

不論本國或外國遊客造訪藝術街的主要目的皆以「逛街」為主，而外國遊客會選擇在藝術街「用餐」與「散步或運動」的比重則明顯低於本國遊客，但在「參與活動」方面卻有相對高的熱衷程度(表 6-16)。

表 6-16：遊客「國別/造訪目的」差異分析

造訪目的 / 國　別	逛　街	約　會	用　餐	散 步 或運動	參 加 活 動
本國遊客(200)	103	43	68	76	9
	51. 5%	21. 5%	**34. 0%**	**38. 0%**	4. 5%
外國遊客(20)	13	2	3	4	5
	65. 0%	10. 0%	15. 0%	20. 0%	**25. 0%**

(2)綜合因素

外國遊客認為「當地活動豐富多元」的程度明顯高於本國遊客，但對於「街道有藝術氣息」的感受卻只有一半人認同；而「缺乏遮陽設施」與「廣場規模太小」之評價都比本國遊客少了許多，但在「商家不具有特色」方面則有較高比重(表 6-17)。

表 6-17：遊客「國別/綜合評價」差異分析

國　別 / 綜合評價	本國遊客(200)		外國遊客(20)	
街道有藝術氣息	150	**75. 0%**	10	50. 0%
當地活動豐富多元	19	9. 5%	9	**45. 0%**
缺乏遮陽設施	57	**28. 5%**	2	10. 0%
廣場規模太小	52	**26. 0%**	1	5. 0%
商家不具有特色	18	9. 0%	4	**20. 0%**

6-3.Kano 雙向問卷

6-3-1.問卷信效度分析

本研究採用探索性因素分析(Exploratory Factor Analysis,EFA)來檢驗問卷的建構效度，分析過程以主成分分析法及正交轉軸來萃取特徵值大於1之構面，並參考Lederer and Sethi(1991)提供的準則作為因素分析過程中刪除問卷題項的依據，以因素負荷量(loadings)0.5當作刪題的臨界值；因此，問項之因素負荷量必須大於0.5，否則沒有收斂效度(convergence validity)應刪除。而問卷中的KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)值為0.797%，表示變項間的共同因素較多，適合進行因素分析(Kaiser,1974)。另外，Bartlett's球形考驗的χ^2值為1215.537(自由度為153)，P值<0.00 達顯著，代表母體的相關矩陣間有共同因素存在，適合進一步因素分析。

以主成份分析法配合最大變異法(varimax)執行正交轉軸(orthogonal rotation)，特徵值大於1的因素共有4個,亦即在18個問卷題項中可抽離出4個主要的因素(表6-18)，並依其內容涵義分別命名為「當地活動」、「公共設施」、「街道景觀」及「商家型態」，四個構面；其特徵值分別為1.862、2.447、2.443、2.903，解釋變異量分別為10.355%、13.595%、13.575%、16.130%，累積解釋變異量為53.653%。

同時為了確保所有題目在其所屬構面中，均有高度的一致性，本研究接著進行Cronbach's alpha信度分析,根據探索性研究所採用標準:若該構面的Cronbach's alpha內部一致性值均大於0.6才保留，因此在正式問卷中的信效度均符合上述的準則。

表 6-18：問卷信效度分析總表

因 素	問 卷 題 項	因素負荷量 Loadings	信度 Alpha	構 面
1	有舉辦純手工產品擺攤販售的「手作市集」	0.561	0.619	當地活動
	有舉辦「音樂會」或「街頭藝人」等表演活動	0.517		
	有舉辦「體驗營」或「交流會」等參與類活動	0.730		
	有舉辦店家聯合促銷的「特賣會」活動	0.674		
2	廣場有適合進行休閒活動的空間	0.611	0.667	公共設施
	人行道的路面是平坦整齊、寬敞暢通的	0.784		
	藝術街的休憩設施是充足且完善的	0.643		
	藝術街有充足且完善的停車空間	0.661		
	藝術街有實施禁止車輛進入的措施	0.694		
	設置「遮陽設施」，使戶外空間更涼爽宜人	0.527		
3	沿街種植的「櫻花樹」可增添街道景觀魅力	0.685	0.774	街道景觀
	沿街設置的「花圃」造景可為街道景觀加分	0.812		
	藝術街實施電線地下化，使街道整齊美觀	0.713		
	藝術街的街道景觀具有獨特的藝術氛圍	0.707		
4	藝術街的「餐廳」具備迷人的魅力	0.794	0.830	商家型態
	藝術街的「服飾店」具備迷人的魅力	0.827		
	藝術街的「藝品店」具備迷人的魅力	0.861		
	藝術街能夠有更多不同類型的特色店家	0.607		

註：萃取方法：主成分分析。旋轉方法：含 Kaiser 常態化的 Varimax 法。轉軸收斂於 6 個疊代。

6-3-2. 項目屬性分類

將綜合評價項目的統計結果分析後，可把所有項目歸類為「一元品質」、「魅力品質」與「無差異品質」三大屬性(表 6-19)，並且依序定義為「優先項目」、「差異化項目」與「低順位項目」，提供社區經營者在街區營造時的參考方針。

表 6-19：kano 綜合評價項目屬性分類(單位:%)

綜合評價項目		魅力 (A)	一元 (O)	必要 (M)	無差異 (I)	反向 (R)	矛盾 (Q)	Kano 分類
當地活動	1. 有舉辦純手工產品擺攤販售的「手作市集」	**58.6**	16.4	2.7	21.4	0.0	0.9	魅力
	2. 有舉辦「音樂會」或「街頭藝人」等表演活動	**58.6**	19.1	3.6	17.3	0.5	0.9	魅力
	3. 有舉辦「體驗營」或「交流會」等參與類活動	37.7	7.7	1.4	**50.0**	2.7	0.5	無差異
	4. 有舉辦店家聯合促銷的「特賣會」活動	**42.7**	16.8	0.9	35.5	2.7	1.4	魅力
公共設施	5. 廣場有適合進行休閒活動的空間	30.5	**43.2**	10.5	14.5	0.5	0.9	一元
	6. 人行道的路面是平坦整齊、寬敞暢通的	23.2	**47.7**	14.1	14.5	0.5	0.0	一元
	7. 藝術街的休憩設施是充足且完善的	27.3	**41.8**	10.5	20.0	0.5	0.0	一元
	8. 藝術街有充足且完善的停車空間	22.3	**45.0**	13.6	18.2	0.0	0.9	一元
	9. 藝術街有實施禁止車輛進入的措施	24.1	**35.0**	12.3	22.3	5.0	1.4	一元
	10. 設置「遮陽設施」，使戶外空間更涼爽宜人	32.7	**41.4**	7.3	16.8	1.4	0.5	一元
街道景觀	11. 沿街種植的「櫻花樹」可增添街道景觀魅力	**53.6**	12.7	2.7	26.8	3.2	0.9	魅力
	12. 沿街設置的「花圃」造景可為街道景觀加分	**49.1**	19.1	5.0	25.9	0.9	0.0	魅力
	13. 藝術街實施電線地下化，使街道整齊美觀	**42.7**	22.7	6.8	26.8	0.5	0.5	魅力
	14. 藝術街的街道景觀具有獨特的藝術氛圍	**43.2**	33.2	7.3	15.5	0.0	0.9	魅力
商家型態	15. 藝術街的「餐廳」具備迷人的魅力	**38.2**	29.5	6.4	25.0	0.9	0.0	魅力
	16. 藝術街的「服飾店」具備迷人的魅力	**35.9**	20.9	7.3	35.5	0.5	0.0	魅力
	17. 藝術街的「藝品店」具備迷人的魅力	**37.3**	31.8	8.2	22.7	0.0	0.0	魅力
	18. 藝術街能夠有更多不同類型的特色店家	**40.5**	35.0	6.8	16.8	0.5	0.5	魅力

註：矛盾(Q)應小於2%才具有較高效度

在此將三大項目屬性的內容依序說明：

(1)「優先項目」：應優先執行的重點內容

即為被歸類在「一元品質」的6個項目，並且全都屬於「公共設施」構面：

- 廣場有適合進行休閒活動的空間
- 人行道的路面是平坦整齊、寬敞暢通的
- 藝術街的休憩設施是充足且完善的
- 藝術街有充足且完善的停車空間
- 藝術街有實施禁止車輛進入的措施
- 設置「遮陽設施」，使戶外空間更涼爽宜人

表示遊客對上述項目的滿意程度會隨著公共設施的品質好壞與具備程度，成等比例上升或下降;因此對於社區的經營者而言,首先應該要針對這些項目加強實施。意即是遊客常喜好聚集的「廣場要有適合進行休閒活動的空間」，其不僅可增加在公私領域中活動的多樣性，同時也成為在旁休憩民眾的視覺焦點；此外，民眾也期待同屬公私領域中的人行道「路面是平整暢通的」，如此才能在遊覽街區的行進過程中感到安全，並增進對商圈的滿意程度；其餘項目則是「有充足且完善的停車空間和休憩設施」、「禁止車輛進入步行區」和「設置滿足民眾需求的遮陽設施」。

(2)「差異化項目」：創造區域特色的魅力因子

即為被歸類在「魅力品質」的11個項目，內容包括：

- 有舉辦純手工產品擺攤販售的「手作市集」
- 有舉辦「音樂會」或「街頭藝人」等表演活動
- 有舉辦店家聯合促銷的「特賣會」活動
- 沿街種植的「櫻花樹」可增添街道景觀魅力
- 沿街設置的「花圃」造景可為街道景觀加分
- 藝術街實施電線地下化，使街道整齊美觀
- 藝術街的街道景觀具有獨特的藝術氛圍
- 藝術街的「餐廳」具備迷人的魅力
- 藝術街的「服飾店」具備迷人的魅力
- 藝術街的「藝品店」具備迷人的魅力
- 藝術街能夠有更多不同類型的特色店家

當藝術街「具備」上述條件時，就能大幅提升遊客的滿意程度；但是當「不具備」時，遊客也不會感到特別不滿，因此可將其視為創造區域「差異化」的準則。所以若能善加運用公私領域來「舉辦市集或表演類活動」，將能創造出令遊客感到驚喜的觀光體驗；而完善規劃「沿街種植的櫻花樹和花圃造景」，並且在街區實施電線地下化，將能更讓環境景觀加分與感到整齊美觀；其餘項目則是「營造具有藝術氛圍的街道景觀」、「主要的商家（餐廳、服飾店、藝品店）都應具備迷人的魅力和吸引更多不同類型的特色店家進駐」與「舉辦聯合特賣會」。

(3)「低順位項目」：可暫緩執行的次要內容

即為被歸類在「無差異品質」的唯一項目：

- 有舉辦「體驗營」或「交流會」等參與類活動

表示該條件無論存在與否，都較不影響遊客的滿意程度；因此，社區經營者可採取較保守的作為，等到有經費或技術層面較行有餘力時，再加以執行。然而若能塑造出的明顯的當地特色，將能滿足特定族群的期待與需求。

6-3-3. 重要程度評價

針對綜合評價項目的內容再對遊客進行重要程度調查，藉此瞭解遊客對於不同構面中各個項目的綜合觀點。18 個項目中有部分為實際現況，而部分項目雖存在卻不夠完善，或有少許項目是民眾所期待但目前還尚未實現的措施，如「電線地下化」與「禁止車輛進入」。評分方式則採取李克特量表作為測量工具，將重要程度區分為：毫不重要(1 分)、不重要(2 分)、普通(3 分)、重要(4 分)、很重要(5 分)的五分位模式實行；將 220 份有效樣本的平均數進行由高至低排序，再以整體平均值 3.85 分作為劃分重要程度的基礎；將平均數≧3.85 分的項目定義為「較為重要」，其餘則是遊客認為「較不重要」的項目(表 6-20)。

表 6-20：環境構成因素之重要程度

重要性	排序	構　面	綜　合　項　目	平均數
較為重要	1	公共設施	人行道的路面是平坦整齊、寬敞暢通的	4.30
	2	公共設施	藝術街有充足且完善的停車空間	4.23
	3	公共設施	廣場有適合進行休閒活動的空間	4.16
	4	商家型態	藝術街能夠有更多不同類型的特色店家	4.14
	5	公共設施	藝術街的休憩設施是充足且完善的	4.10
	6	街道景觀	藝術街的街道景觀具有獨特的藝術氛圍	4.09
	7	公共設施	設置「遮陽設施」，使戶外空間更涼爽宜人	4.07
	8	公共設施	藝術街有實施禁止車輛進入的措施	4.05
	9	商家型態	藝術街的「藝品店」具備迷人的魅力	4.00
	10	商家型態	藝術街的「餐廳」具備迷人的魅力	3.92
較不重要	11	街道景觀	藝術街實施電線地下化，使街道整齊美觀	3.73
	12	街道景觀	沿街設置的「花圃」造景可為街道景觀加分	3.72
	13	當地活動	有舉辦「音樂會」或「街頭藝人」等表演活動	3.70
	14	商家型態	藝術街的「服飾店」具備迷人的魅力	3.65
	15	當地活動	有舉辦純手工產品擺攤販售的「手作市集」	3.58
	16	街道景觀	沿街種植的「櫻花樹」可增添街道景觀魅力	3.48
	17	當地活動	有舉辦店家聯合促銷的「特賣會」活動	3.32
	18	當地活動	有舉辦「體驗營」或「交流會」等參與類活動	3.11

(1)「較為重要」

在此區間中含括了所有「公共設施」的內容，可見遊客認為基礎建設的完備性是建構街區觀光魅力的首要條件，尤其是特別關注在人行道(No. 1)與停車空間(No. 2)的完善程度；同時也對目前並未實施的封街措施(No. 8)認為其具有一定的重要性，並期待經營者能有相對應的交通配套方案，來解除人車共道的安全威脅。另外在「商家型態」中則認為藝術街能夠有更多不同類型的特色店家(No. 4)，以及藝品店(No. 9)與餐廳(No. 10)具備迷人的魅力是較為重要的項目，可見遊客對於商家型態的多元性有著極高的期待，並且對於藝品店的重視程度也高過其他類型的商家。而對於「街道景觀」應具有獨特的藝術氛圍(No. 6)也認為是藝術街較為重要的環境構成因素。

(2)「較不重要」

在此區間中包含了「當地活動」構面的所有內容，其中有表演類、市集類、促銷類與參與類的各項活動(No. 13、15、17、18)，反映出這些活動內容還不算是影響大多數遊客決定前來造訪的主要因素，因此認為其重要程度是相對較低的。另外在「商家型態」中尤其認為服飾店具備迷人魅力(No. 14)的重要程度最低，可見大部分的遊客對於該類型的商家並沒有特別的期待。而對於「街道景觀」中感到最不重要的因素就是沿街種植櫻花樹(No. 16)，研判可能與調查期間並非開花季節有關，因此對於提升街道景觀的感受程度會有所下降。

6-3-4. IPA 績效分析

本研究為更進一步提供社區經營者能有效判讀與決策應優先改善之項目屬性為何，亦執行 IPA 績效分析。績效即為 kano 問卷中遊客對於綜合項目之條件「具備」時的感受程度，依照五分位模式可分為：不喜歡(1 分)、能忍受(2 分)、無所謂(3 分)、理所當然(4 分)、喜歡(5 分)。再以整體評鑑「績效」與「重要性」的平均值(表 6-21)分別作為象限圖中 X 軸與 Y 軸的中心線(4.51, 3.58)，藉此將象限圖劃分為四個代表不同屬性的區域(圖 6-18)：「主要優勢」、「主要劣勢」、「次要優勢」與「次要劣勢」，而綜合項目便可依序落入四個象限中以利判定其績效特性。

表 6-21：IPA 矩陣分析參數

構 面	綜　合　項　目	績　效	重要性
當地活動	1. 有舉辦純手工產品擺攤販售的「手作市集」	4.67	3.58
	2. 有舉辦「音樂會」或「街頭藝人」等表演活動	4.69	3.70
	3. 有舉辦「體驗營」或「交流會」等參與類活動	3.97	3.11
	4. 有舉辦店家聯合促銷的「特賣會」活動	4.22	3.32
公共設施	1. 廣場有適合進行休閒活動的空間	4.70	4.16
	2. 人行道的路面是平坦整齊、寬敞暢通的	4.67	4.30
	3. 藝術街的休憩設施是充足且完善的	4.58	4.10
	4. 藝術街有充足且完善的停車空間	4.49	4.23
	5. 藝術街有實施禁止車輛進入的措施	4.27	4.05
	6. 設置「遮陽設施」，使戶外空間更涼爽宜人	4.63	4.07
街道景觀	1. 沿街種植的「櫻花樹」可增添街道景觀魅力	4.39	3.48
	2. 沿街設置的「花圃」造景可為街道景觀加分	4.56	3.72
	3. 藝術街實施電線地下化，使街道整齊美觀	4.49	3.73
	4. 藝術街的街道景觀具有獨特的藝術氛圍	4.72	4.09
商家型態	1. 藝術街的「餐廳」具備迷人的魅力	4.55	3.92
	2. 藝術街的「服飾店」具備迷人的魅力	4.35	3.65
	3. 藝術街的「藝品店」具備迷人的魅力	4.60	4.00
	4. 藝術街能夠有更多不同類型的特色店家	4.70	4.14

註：對照至次頁IPA象限圖(圖6-18)

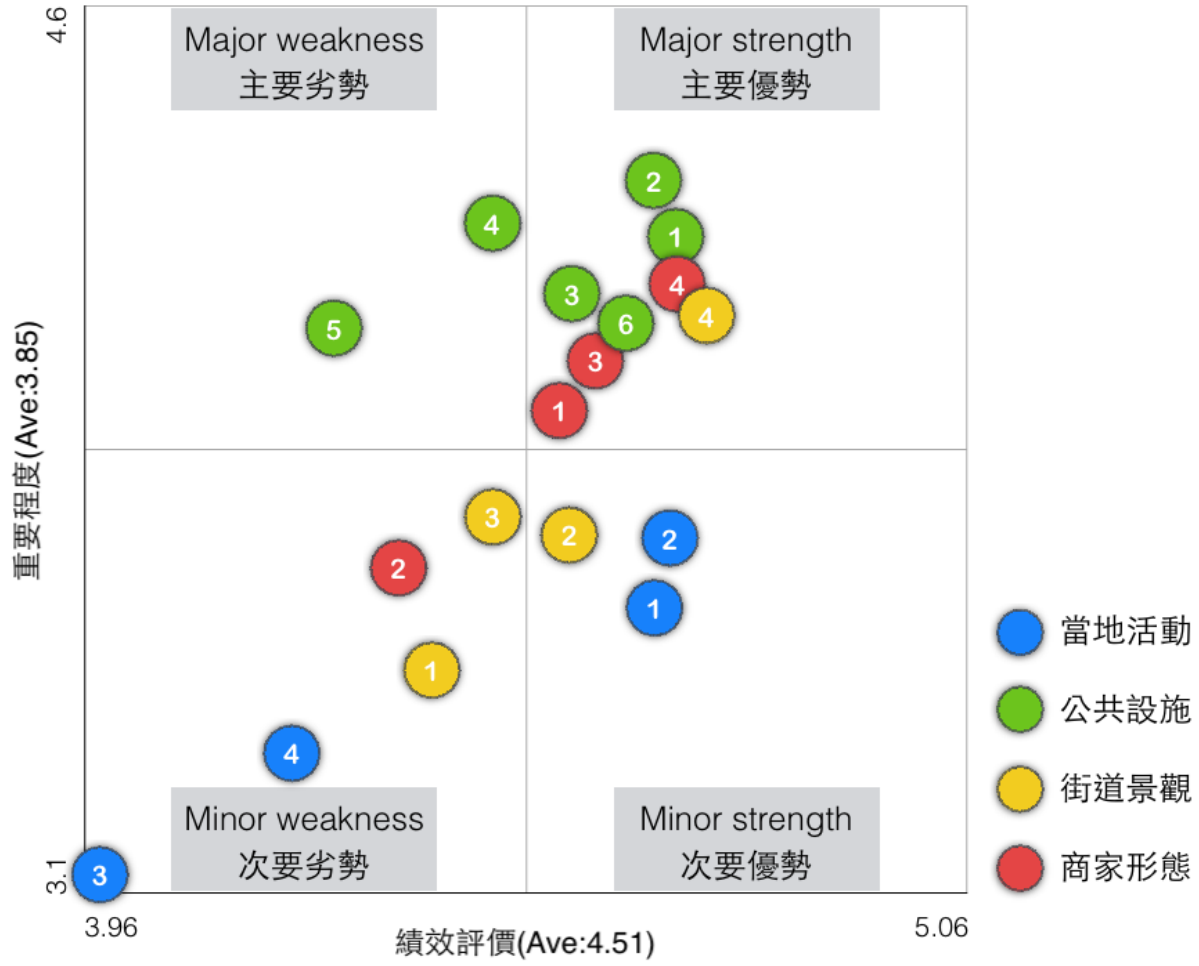

圖6-18：IPA象限圖(對照至前頁項目列表)

(1)「主要優勢」

在此區域的項目其績效評價與重要程度都較高，應視為藝術街能獲得或維持競爭優勢之機會所在，可作為提升遊客滿意度的主要內容。社區經營者應繼續保持資源投入並加強維護以確保觀光品質之穩定性，其內容如下：

公共設施：

- 廣場有適合進行休閒活動的空間
- 人行道的路面是平坦整齊、寬敞暢通的
- 藝術街的休憩設施是充足且完善的
- 設置「遮陽設施」，使戶外空間更涼爽宜人

商家型態：

- 藝術街的「餐廳」具備迷人的魅力
- 藝術街的「藝品店」具備迷人的魅力
- 藝術街能夠有更多不同類型的特色店家

街道景觀：

- 藝術街的街道景觀具有獨特的藝術氛圍

(2)「主要劣勢」

在此區域的項目其績效評價較低，但重要程度較高，可視為藝術街需要立即改善的主要缺點。因此，社區經營者應特別重視這些項目並著手進行改善計畫，以提升街區的觀光品質及遊客滿意程度，其內容如下：

公共設施：

- 藝術街有充足且完善的停車空間
- 藝術街有實施禁止車輛進入的措施

(3)「次要優勢」

在此區域的項目其績效評價較高，但重要程度較低，代表社區經營者可考慮重新分配資源，將多餘的預算作為改善「主要劣勢」的經營成本，其內容如下：

當地活動：

- 有舉辦純手工產品擺攤販售的「手作市集」
- 有舉辦「音樂會」或「街頭藝人」等表演活動

街道景觀：

- 沿街設置的「花圃」造景可為街道景觀加分

(4)「次要劣勢」

在此區域的項目其績效評價與重要程度都較低，代表社區經營者可不需再投入過多努力與資源，亦即是藝術街的次要缺點。因此，可採較保守型的作為，意即可先滿足上述區域之項目，或是財務與技術層面較有餘裕時，再予以執行。

當地活動：

- 有舉辦「體驗營」或「交流會」等參與類活動
- 有舉辦店家聯合促銷的「特賣會」活動

街道景觀：

- 沿街種植的「櫻花樹」可增添街道景觀魅力
- 藝術街實施電線地下化，使街道整齊美觀

商家型態：

- 藝術街的「服飾店」具備迷人的魅力

6-4. 步行空間使用評價

藉由先前章節的調查結果可認定步行空間對於遊客在觀光的過程中占有極為重要的角色，其不僅是每位遊客的必經之地，且對於環境意象的形塑以及分布於其中的各式設置物都會影響遊客產生不等程度的感受；因此，本研究特別針對藝術街步行空間之構成因素再做了一次問卷調查。由於會導致步行障礙之一的「攤販」主要都是在假日午後才會出現，因此為有效取得較為正確的統計資料，所以調查時間都選在假日午後的人行道上實地發放問卷。總計共發出 120 份數量，有效樣本為 101 份，回收率達 81.2%；其中性別特徵為：男性遊客占有 46 人(45.5%)，女性遊客占有 55 人(54.5%)，年齡特徵為：少年占有 7 人(6.9%)、青年占有 30 人(29.7%)、壯年占有 53 人(52.5%)、中年占有 9 人(8.9%)與老年占有 2 人(2.0%)，與綜合評價問卷的組成比例極為相符。

6-4-1. 人行道障礙物

以問題：「請問您認為走在人行道時所會遇到的障礙物是？」引導遊客勾選作答，在統計各項目的累積次數後便將人行道上的前五大障礙物依序排列：

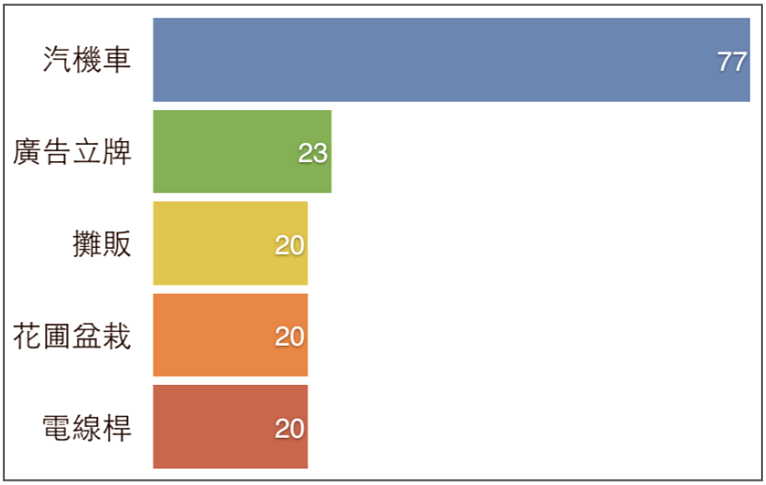

圖 6-19：人行道前五大障礙物(本研究繪製)

由圖 6-19 可知，絕大多數的遊客(76.2%)都認為停放在人行道上的「汽機車」已明顯影響到步行時的順暢程度，尤其是以機車隨意停放造成阻礙動線的問題最為嚴重。其次為「廣告立牌」(22.8%)、「攤販」(19.8%)、「花圃盆栽」(19.8%)和「電線桿」(19.8%)都有約兩成的民眾作出反映，而在「花圃盆栽」的項目中主要是針對部分商家在店面前所擺放的設置內容為主。由以上前五大障礙物的排序中就發現有三個項目(2 至 4 項)為商家之設置物，可見在商圈發展的同時也帶來不少使遊客感到不便的減分因素。

以下並詳盡列出各選項的累積次數與統計比例提供比較對照(表 6-22)：

表 6-22：人行道障礙物排序統計表

項　目	次　數	次數比例	人數比例
汽機車	77	40.2%	76.2%
廣告立牌	23	12.5%	22.8%
攤販	20	10.9%	19.8%
花圃盆栽	20	10.9%	19.8%
電線桿	20	10.9%	19.8%
圓石球	15	8.2%	14.9%
座椅	5	2.7%	5.0%
行道樹	5	2.7%	5.0%
其他	2	1.1%	2.0%
總　計	**184**	**100%**	**182.2%**

註：每人平均勾選 1.82 項

6-4-2. 項目屬性分類

將步行空間評價項目的統計結果分析後，可把所有項目歸類為「一元品質」、「魅力品質」與「無差異品質」三大屬性(表 6-23)，並依序定義為「優先項目」、「差異化項目」與「低順位項目」，提供社區經營者在執行人行道的整體規畫時有較為明確的依循準則。

表 6-23：kano 步行空間評價項目屬性分類(單位:%)

步行空間評價項目	魅力 (A)	一元 (O)	必要 (M)	無差異 (I)	反向 (R)	矛盾 (Q)	Kano 分類
1. 人行道上有「街頭藝人」的演出	**62.4**	5.9	2.0	28.7	1.0	0.0	魅力
2. 藝術街的石磚鋪面是平坦好走的	19.8	**29.7**	23.8	25.7	1.0	0.0	一元
3. 藝術街的步行空間是寬敞暢通的	22.8	**31.7**	22.8	22.8	0.0	0.0	一元
4. 人行道可以區隔車輛以保障行人安全	18.8	**41.6**	26.7	11.9	0.0	1.0	一元
5. 人行道上的「植栽」可增添街道景觀魅力	**41.6**	17.8	3.0	36.6	0.0	1.0	魅力
6. 人行道上的「行道樹」能具有遮陽的效果	**33.7**	25.7	6.9	32.7	0.0	1.0	魅力
7. 人行道上的「公共座椅」是充足且完善的	23.8	27.7	11.9	**35.6**	0.0	1.0	無差異
8. 人行道上有充足且完善的「遮陽設施」	28.7	31.7	7.9	**31.7**	0.0	0.0	無差異

註：信度Alpha值為0.694

在此將三大項目屬性的內容依序說明：

(1)「優先項目」：應優先執行的重點內容

即為被歸類在「一元品質」的3個項目，內容包括：

- 藝術街的石磚鋪面是平坦好走的
- 藝術街的步行空間是寬敞暢通的
- 人行道可以區隔車輛以保障行人安全

表示遊客對上述項目的滿意程度會隨著這些條件的品質好壞與具備程度，成等比例上升或下降;因此對於社區的經營者而言,首先應該要針對這些項目加強實施。

(2)「差異化項目」：創造區域特色的魅力因子

即為被歸類在「魅力品質」的3個項目，內容包括：

- 人行道上有「街頭藝人」的演出
- 人行道上的「植栽」可增添街道景觀魅力
- 人行道上的「行道樹」能具有遮陽的效果

當藝術街「具備」上述條件時，就能大幅提升遊客的滿意程度；但是當「不具備」時，遊客也不會感到特別不滿，因此可將其視為創造區域「差異化」的準則。

(3)「低順位項目」：可暫緩執行的次要內容

即為被歸類在「無差異品質」的2個項目，內容包括：

- 人行道上的「公共座椅」是充足且完善的
- 人行道上有充足且完善的「遮陽設施」

表示該條件無論存在與否，都較不影響遊客的滿意程度；因此可採取較保守的作為，等到有經費或技術層面較行有餘力時，再加以執行，然而若能塑造出的明顯的當地特色，將能滿足特定族群的期待與需求。

6-4-3. 重要程度評價

針對步行空間評價項目的內容再對遊客進行重要程度調查，藉此瞭解遊客對於不同步行空間構成項目的觀點。評分方式則採取李克特量表作為測量工具，將重要程度區分為：毫不重要(1 分)、不重要(2 分)、普通(3 分)、重要(4 分)以及很重要(5 分)的五分位模式實行；將 101 份有效樣本的平均數進行由高至低排序：

表 6-24：人行道構成因素之重要程度

排序	項　目	平均數
1	人行道可以區隔車輛以保障行人安全	4.38
2	藝術街的步行空間是寬敞暢通的	4.14
3	藝術街的石磚鋪面是平坦好走的	3.99
4	人行道上的「行道樹」能具有遮陽的效果	3.86
5	人行道上有充足且完善的「遮陽設施」	3.79
6	人行道上的「公共座椅」是充足且完善的	3.75
7	人行道上的「植栽」可增添街道景觀魅力	3.74
8	人行道上有「街頭藝人」的演出	3.30

註：整體平均值為 3.87

由表6-24之整體排序可瞭解遊客首要重視的層面是以安全性(No. 1)為優先考量，以及路面的順暢程度(No. 2)及平坦性(No. 3)，而以上皆屬人行道應具備的基本特質。其次為具有相似性質的行道樹之林蔭(No. 4)與人造的遮陽設施(No. 5)，都是遊客覺得較為次要的項目；但對於能見到街頭藝人的演出(No. 8)反而感到最不重要。

6-5. 問卷調查小結

在問卷的統計分析結果中可歸納出下述特點：藝術街的遊客以女性較多，而全體樣本的年齡層多分布在青年(18～24 歲)與壯年 (25～44 歲)族群，其居住地以台中市居多，並特別偏好成群結伴駕駛汽、機車為主要的交通方式在假日下午前來，且停留二～三小時，在此期間則以「逛街」及「散步或運動」為主要的活動內容，而遊客大多表示會在二～三個月內再次造訪。除此之外，民眾認為藝術街最主要的魅力因素是「街道有藝術氣息」、「商家迷人有特色」與「人行道美觀有特色」，而減分因素則為「難停車」與「走在車道上充滿危險」，同時也認為隨意停放在人行道上的汽、機車輛是行走時所會遇到的最大阻礙。

本章結並在此綜合先前所進行的「Kano 項目屬性分類」與「IPA 績效分析」之交叉結果，作出專屬於藝術街的商圈經營決策分析(表 6-25)，以利綜觀全局：

表 6-25：商圈經營決策分析表(項目依重要程度排序)

IPA 績效分析	Kano 項目屬性分類		
	優先項目 (一元品質)	差異化項目 (魅力品質)	低順位項目 (無差異品質)
主要優勢	●人行道平坦整齊、寬敞暢通 ●廣場適合進行休閒活動 ●充足且完善的休憩設施 ●在戶外設置「遮陽設施」	● 有更多不同類型的特色店家 ● 街道景觀具有獨特的藝術氛圍 ● 「藝品店」具備迷人的魅力 ● 「餐廳」具備迷人的魅力	
主要劣勢	●提供充足且完善的停車空間 ●實施禁止車輛進入的措施		
次要優勢		● 有可為街道景觀加分的「花圃」 ● 舉辦「音樂會」等街頭表演活動 ● 舉辦「手作市集」擺攤活動	
次要劣勢		● 實施電線地下化，使街道整齊美觀 ● 「服飾店」具備迷人的魅力 ● 種植可增添街道景觀魅力的「櫻花樹」 ● 舉辦店家聯合促銷的「特賣會」活動	● 舉辦「體驗營」或「交流會」等參與類活動

首要執行的「優先項目」

藝術街若要能持續獲得或維持競爭優勢的契機就需滿足以下項目：(1)人行道平坦整齊、寬敞暢通、(2)廣場適合進行休閒活動、(3)充足且完善的休憩設施與(4)在戶外設置「遮陽設施」，以確保觀光品質之穩定性；而應立即改善的項目則都是屬於交通層面的缺失，像是未能夠(1)「提供充足且完善的停車空間」與(2)「實施禁止車輛進入的措施」。

創造區域特色的「差異化項目」

在執行順序上雖不及「優先項目」那麼的迫切，但也應雙向並進的努力推行。意即當藝術街「具備」以下條件時，就能使遊客感到驚喜而大幅提升其滿意程度，但是當「不具備」時，也不會感到特別不滿；因此可視為創造區域特色的魅力因子，以增加商圈的獨特性。而要能達到上述目標的主要優勢為：(1)有更多不同類型的特色店家、(2)街道景觀具有獨特的藝術氛圍、(3)「藝品店」具備迷人的魅力與(4)「餐廳」具備迷人的魅力；次要優勢為：(1)有可為街道景觀加分的「花圃」、(2)舉辦「音樂會」等街頭表演活動與(3)舉辦「手作市集」擺攤活動。

第七章　結論與建議

存在於觀光商圈中的公私領域可扮演著訪客在遊覽過程時，進行空間轉換與心境調適的過渡地帶，其中的氛圍營造與設置物內容不僅會影響遊客的各種環境感知，同時也會改變心理層面的魅力評價因素。經過先前的諸多調查與探討分析後，瞭解到藝術街之所以迷人之處不僅是有形的硬體建設也包含許多無形的人文資產。本研究以使用者觀點進行探討公私領域中的人、環境與設置物之關係，確立可進行創新藝術街觀光魅力的設計原則，以突顯區域特色並營造商圈魅力之差異化因素。預期可作為社區經營者在未來經營商圈時的參考指標，期盼藝術街的商圈形象能更加提升，塑造成在都市叢林中依舊保有其獨特魅力與迷人風格的藝術烏托邦。

7-1. 研究總結

隨著國民生活品質的提升，以及國人對藝文美學的喜好程度亦有所增長，因此在近年來也帶動出許多藉由藝術能量來加值社區與農村魅力的觀光典範。而作為帶領全國此一風潮的「藝術街坊」，在經過二十多個年頭的日月星移，經歷過蕭條、壯盛、停滯與復興的各種洗禮，依然保有其獨特的生活風格與觀光魅力，並吸取更多元的創意養分而日益茁壯中。但在消費者的口味以及對滿意度的追求顯得極為挑剔的時代中，要如何營造出相較於其他商圈更具有競爭優勢和難以仿效的差異化特色，仍是困難的挑戰；而本研究的最終目的也就是要為社區經營者們指引出更加明確的經營法則，期待能夠因此留的住遊客的心並有效增加其再訪意願；故選用「Kano品質模式」作為探討遊客觀點的主要工具，並歸納出會使人感到驚喜與高滿意度的「魅力品質」項目，與需要優先實施以滿足遊客基本需求的「一元品質」項目，以及較無關緊要的「無差異品質」項目；再以重要程度評價作為判斷綜合項目特性的參考指標，以下將依序列出各構面的主要內容：

「當地活動」

分析遊客對於舉辦「手作市集」與「表演類活動」的魅力品質占所有問卷項目中最高，表示能讓訪客感到驚喜和愉悅的程度最大；因此建議經營者可投入更多的心力或預算來提升其質量，相信能大幅增進遊客對藝術街的滿意程度以及提高再訪意願。

「公共設施」

遊客表示藝術街能具備完善的「人行道」與「停車空間」是最為重要的基礎建設，其重要程度居所有問卷項目的前二高，顯示其關注程度也是最高的，因此提醒社區經營者必須盡全力來改善缺失，才不會引起遊客過多的負面評價；而若能設置符合民眾需求的「遮陽設施」，將會是在增建新設施中最能提升遊客滿意度的選擇，因其魅力品質占該類別的最高比重，所以相對的效益也會最高。

「街道景觀」

在環境綠化方面的魅力品質占有該類別的最高比重，尤其是「櫻花樹」的魅力品質為所有問卷項目中的第 3 高；意即若遊客恰巧在開花季節造訪時，將會感到特別的驚喜與滿意。同時，分析街道景觀元素的重要程度評價，可發現「藝術街的街道景觀具有獨特的藝術氛圍」為遊客最重視的要素，顯見藝術氣息和景觀綠化間有相互加值的作用。

「商家型態」

對於「商家型態多元化」的重視程度最高，而「藝品店具備迷人的魅力」居次，因此建議商圈委員會可嘗試招募更多不同類型的特色店家進駐藝術街；尤其以販售藝術相關商品的店家為主力，相信會是提升商圈魅力與啟動群聚效應的重要關鍵。

7-2. 改善建議

在表 7-1 中，特別針對遊客所著重的主要觀點進行綜合改善建議措施，以下將遊客評價項目歸類成「交通問題」、「環境氛圍」、「戶外休憩」與「商圈意象」進行討論：

表 7-1：改善建議措施

分　類	遊客評價	改善建議
交通問題	難停車	● 改善停車場的指標系統 ● 規劃免收費機車停車格
	走在車道上充滿危險	● 先解決人行道不夠好走的根本問題 ● 在假日的其中一天實施封街以觀察成效
環境氛圍	環境綠化得宜	● 可多種植不同的樹種，讓四季都有花，以彌補夏天看不到櫻花的缺憾
	街道有藝術氣息	● 增加街頭藝人的表演活動會更吸引遊客
	人行道美觀有特色	● 首先改善汽機車隨意停放的問題，再實施電線地下化，會使步行空間更具魅力
戶外休憩	喜歡廣場型態與活動	● 保持現有狀態，但需定期維護整修
	廣場規模太小	● 尋求公有用地以增建新廣場
	缺乏遮陽設施	● 加強在公私領域中的遮陽設施
商圈意象	商家迷人有特色	● 在節慶時連結各商家共同營造主題意象
	商家型態不多元	● 商圈可招募更多不同類型的特色店家

而除了在上表所列的內容外，也有少數遊客覺得在藝術街上所缺乏的「公共廁所」與「垃圾桶」是必備的公共設施，否則會帶來極大的不便，因此抱持著高度的期待。

7-3. 活化商圈之策略

延續第六章小結中主要能提升觀光品質的項目，並提出以下五大面向之經營策略：

(一)封街措施

(1)實施禁止車輛進入的措施

(2)提供充足且完善的停車空間

(3)人行道平坦整齊、寬敞暢通

經營策略：

以上三個項目互為因果關係，代表若要能「實施禁止車輛進入的措施」即需要「提供充足且完善的停車空間」以及配套的替代路徑，才能終結人車共道、逆向行駛與汽機車隨意停放在人行道上的綜合亂象，以達成「人行道平坦整齊、寬敞暢通」的民意訴求。因此建議可將藝術北街視為串連 5 座停車場的軸線，規畫逆時針方向的行車路線，使遊客能在剛進入街區時就可立即依循明確的駕駛路線，向右轉進藝術北街上的停車場後，再以步行的方式遊覽街區(圖 7-1)；如此一來將可免除許多駕駛進入藝術街後始終找不到停車場的窘境，並減低民眾在觀光過程中因為交通問題所造成的危險及掃興因素。因此，唯有還給遊客平坦暢通、沒有障礙物阻擋的步行空間，才有助於商圈的永續發展。

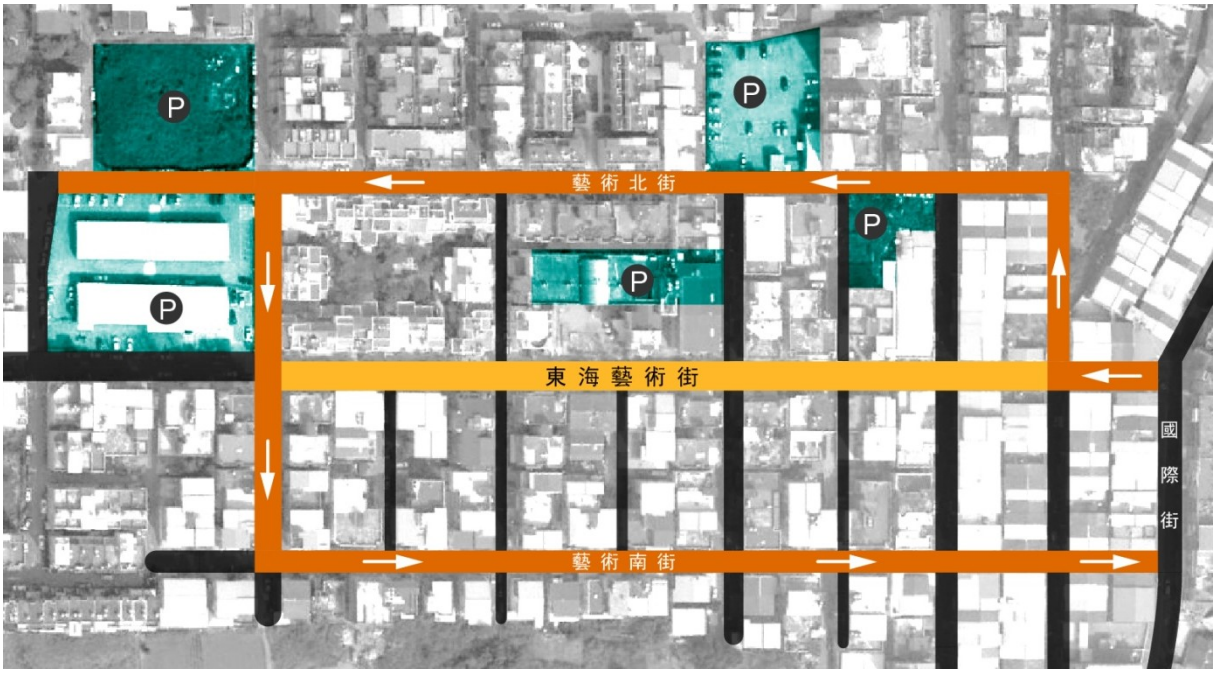

圖 7-1：實施封街的替代駕駛路徑(本研究繪製)

(二)戶外休憩

(1)「餐廳」具備迷人的魅力

(2)充足且完善的休憩設施

(3)在戶外設置「遮陽設施」

(4)舉辦「音樂會」等街頭表演活動

經營策略：

在眾多商家型態中「藝品店」是吸引遊客前來消費的主要因素，但「餐廳」卻是能延長遊客停留時間的主要關鍵，可扮演休息站的角色，因此其魅力程度確實會影響遊客是否願意在此暫時小歇、用餐，並繼續逛街。但觀察目前的用餐型態，除了「春水堂」具有戶外用餐區以外，其餘的餐廳大多還是以室內空間為主；但若能實施封街措施後(車道變為步行空間)，商家即可將原本的人行道作為打破室內外界線的衍生空間(圖 7-2)。把原本只侷限在室內的用餐區延伸至露天區域，再妥善運用「充足且完善的休憩及遮陽設施」，以開創新型態的用餐體驗，便能有效提升遊客在戶外休憩的品質。不過，最能夠使街道景觀充滿活力並深具吸引力的因素，多半與人的活動有關；所以如果能在戶外用餐區旁安排與街區調性相符的音樂演出(小提琴、吉他等…)或街頭藝人的趣味表演，都能成為在公私領域中聚集人氣的生動宣傳，其不僅可促成商家、遊客及居民的多樣交流，也可豐富休憩型態的多元樣貌。

圖 7-2：西班牙 Cuenca 步行商業街(本研究拍攝)

(三)藝文魅力

(1)有更多不同類型的特色店家

(2)「藝品店」具備迷人的魅力

經營策略：

在商家型態的重要程度評價中，民眾所認為最不重要的「服飾店」卻在藝術街上占了有接近一半的比例(49%)，可見此類型的商家同質性過高，且無法對應遊客來到此地的期待；相對的反而認為「藝術街能有更多不同類型的特色店家」是較為重要的，而既然商圈以藝術氣息而聞名，就應該要名符其實的讓「藝品店具備迷人的魅力」並呈現多元的樣貌才可使商圈在永續發展的目標中，創造出具有當地藝文特色的利基。

另外，探討藝術街的歷史背景可發現有許多藝術家在街區發展的早期就進駐於此生活，之後更吸引一些文創工作者相繼移入，甚至目前也有多間設計工作室紛紛在此開業；以當地的藝術家而言，其創作內容包括：木雕、金工飾品、手染服飾、手工眼鏡、書法、現代繪畫與陶藝等多元領域，但他們大多只將藝術街視為潛心創作與低調生活的基地，其令人驚艷的作品不見得會在商圈展示銷售，也令人感到較為可惜。因此，建議社區經營者可輔導當地的藝術家在藝文交流、銷售平台、遊客體驗課程等方面，經由多方管道來透過藝術能量加值社區特色，並融入民眾的生活之中；具體的策略能藉由承租藝術街上的其中一家店面靈活運用，除了可改造成旅客服務中心以外，還能作為當地藝術家展示與銷售作品的平台，並配合街區志工或文創協會的協助，提供遊客諮詢與導覽服務，使商圈能達到藝術家發揮創意與促進區域觀光魅力的核心目標。

(四)商圈意象

(1)街道景觀具有獨特的藝術氛圍

(2)有可為街道景觀加分的「花圃」

經營策略：

絕大部分的民眾認為藝術街的「街道有藝術氣息」，並成為遊客眼中最吸引人的魅力因素；表示街區在景觀營造的大方向有合乎民眾的期待，而設置在人行道旁「有可為街道景觀加分的花圃」，相輔相成的塑造了街頭上的豐富景觀。但就觀察綜合設置物的內容可發現目前的「入口意象」之醒目程度較為薄弱，以及各種設施由於是在不同的時期透過相異的執行單位所規畫之產物，因此衍生出調性不一的情形，例如「遮陽設施」和其他設置物的意象明顯感到格格不入，所以會造成減弱商圈整體景觀的優勢。良好的景觀營造策略應該是公共設施與商家之間應具有一致的整體形象，並種植與上述內容調性相符的植栽花卉；如此一來，將更能塑造出具有景觀魅力之商圈意象。因此，期待社區經營者在不久的未來可尋求社區總體營造的專家為總顧問，集合當地的藝術家構思出具有新型態的商圈意象營造，進行例如：建築牆面彩繪、街道馬賽克磚拼貼、廣場裝置藝術、入口主題意象、街道休憩設施，等可供藝術施展其魅力的層面，但執行範圍應涵括藝術街與藝術南、北街，使原本線狀的步行街道拓展成網狀的街區規模；並以居民及商家為共同參與執行的主力，從自身的生活場域及商業空間開始著手進行革新，改善街區的居住環境和商家樣貌，並融入具有一致主題的藝術能量，朝著「生活皆藝術，藝術街生活」之願景前進，最終將可提升居民的歸屬感，獲得商家的認同度與遊客的支持。

(五)特色活動

(1)廣場適合進行休閒活動

(2)舉辦「手作市集」擺攤活動

經營策略：

民眾普遍認為廣場的使用形態除了可舉辦表演活動以增進街區的熱鬧氛圍之外，也非常適合進行「休閒活動」，而這種動態的活動內容將對於促進商圈活化以及造成人潮匯集的貢獻上扮演著不可或缺的角色；像是在假日午後會有許多民眾圍觀廣場上青少年的休閒活動即為顯著的例子，也驗證如文獻探討中「人的吸引力」是構成環境魅力因素的重要環結。但藉由觀察遊客的行為可發現許多進行休閒活動的青少年是由家長陪同前來，但其家長卻普遍喜歡坐在廣場旁靜靜的觀看或與親友聊天、用餐，可見在「親子同樂」的共同參與層面是較為缺乏的；因此，本研究認為廣場適合進行的休閒活動不應該只有玩蛇板運動之單一選擇，應盡可能的多樣化，且符合親子同樂之特質。例如可將部分區域改造為提供家長與孩童共同參與的彩繪園地，藉由運用水溶性無毒顏料彩繪在有經過特殊處理的牆面或地板上盡情的揮灑創意，再以清水沖洗或是在雨過天晴後，即可回復為原本全新的樣貌，以「街頭塗鴉牆」的形態呈現，使不分年齡與族群之訪客皆可靈活運用之互動介面。

而在在營造特色活動的構思上，不彷以「季節限定」作為當季活動的號召，並強化街坊鄰里的互動，例如在夏天可請養身達人示範料理「當令野疏饗宴」；在冬天時則請藝術家帶領民眾親自實作「創意燈籠」，並搭配可即學即用的「元宵提燈繞街」活動，以體驗觀光的形式創造屬於當地的差異化魅力。

另外，由文創協會舉辦的「手作市集」擺攤活動在累積了將近一年的豐富經驗後，已經成為非常有系統與規劃完善的特色活動，不少遊客與居民更是在每個月都會固定前來捧場；但由於活動舉辦的地點是在協會門前的窄巷中，因此也容易造成不知情的遊客很容易走在街上擦身而過。對此，建議應加強各種型式的行銷宣傳，以更快的速度提升其知名度，或嘗試改為在廣場上等容易聚集人潮的地點舉辦，相信可大幅增加其推廣的成效。

7-4. 後續研究發展

本研究的目的是為了探討「遊客」對於觀光魅力的綜合觀點，以對照「社區經營者」的理念價值並給予改善建議，因此討論的範疇僅鎖定在上述的兩大族群；但由於藝術街是屬於住商混合型態的社區型商圈，所以也有許多民眾居住在此，若能瞭解其族群對於居住環境與商家型態的看法，將更能達成住商空間朝向良性的平衡發展。而屬於私領域範圍的街區商家，因為是遊客前往探訪的主要動機，所以若能增進其魅力品質也是可有效活化商圈的關鍵因素。

因此對於後續研究的建議可分為以下兩點：

(1)以居民為主的社區環境意識調查，可瞭解該族群對於住商混和商圈的整體評價。

(2)探討商家們對於此街區的主要觀點，並研究如何運用創新設計以提升其魅力。

第八章　參考文獻

1. 陳明石(1999)。都市の街路空間における公私中間領域の働き。千葉大學大學院自然科學研究科，博士論文。
2. 蕭淑文(1990)。閒置空間・新造化。
3. 曾旭正(2009)。在社區營造藝術。
4. 曾旭正(2009)。從他的空間到咱的所在-反思公共空間的生產理論。
5. Anne,M. & Moritz,P.(2012).Urban Code.
6. 呂耀中(2009)。在社區營造藝術-土溝農村藝術歷程。
7. Rem,Koolhaas(1994).Delirious New York: A Retroactive Manifesto for Manhattan.
8. Allan B.Jacobs(2006).城市大街-景觀街道設計模式與原則。
9. Ian,Bentley / Alan,Alcock / Paul,Murrain / Sue,McGlynn / Graham,Smith (1989).Responsive Environments.
10. 模式語言。
11. Grout,G.（2002）.藝術介入空間：都會裡的藝術創作。
12. Lynch,K.(1972).What Time is this Place?,Cambridge:The MIT Press.
13. 建築為何重要。
14. 小都市空間的社會生活。
15. 偉大城市的誕生與衰亡。
16. Camillo,Sitte.(1889).City planning according to It's Artistic
17. Principles.
18. 都市意象。
19. 金美理、崔寶允(2011)。魅力都市心設計。
20. 維基百科。http://zh.wikipedia.org/wiki/紐約蘇豪區。
21. Regis,Louis.(2012).孤獨星球，11 期。
22. 王敏順(1988)。人造環境對使用者行為影響研究方法之探討，建築學報，卷期 29。

23. Francis T. McAndrew(1995). 環境心理學。

24. 楊國樞、文崇一(1989)。社會及行為科學研究法(上冊)。

25. Thomas Herzog(2002). 社會科學研究方法與資料分析。

26. Kahn, R. & Cannell, C.(1957). The dynamics of interviewing.

27. Donald R, Cooper. & C. William Emory(1996). 企業研究方法。

28. 戚樹誠，李俊賢，蔡華華，陳宇芬(2002)。口語協定分析在決策研究上的應用。台灣大學商業科技季刊，第三卷 第一期。

29. Ericsson, K. A. & Simon, H. A.(1993). Protocol Analysis: Verbal Reports As Data. Cambridge, Mass: MIT Press.

30. Goldschmidt, G.(1991). The dialectics of sketching. Creativity Research Journal. 4(2): p. 123~143.

31. 阮綠茵(2006)。設計研究方法。台北：全華科技圖書股份有限公司。

32. 楊國樞、文崇一(1989)。<社會及行為科學研究法(上冊)>。

33. 張紹勳(2004)。研究方法(精華本)。

34. Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F., & Tsuji, S. (1984). Attractive quality and must-be quality. Journal of the Japanese Society for Quality Control, 14(2), 39-48.

35. 東海藝術街群聚入口網。
http://tunghai.smartweb.tw/index.php?module=intro&mn=7&id=8577

36. 白錫欣(2012)。「理想國的過去與未來」演講。

37. 許馨尹(2001)。＜台中理想國藝術街坊的轉變與形塑＞碩士論文，p. 23。

38. 102 年 2 月與白錫欣建築師訪談內容。

附錄 1：遊客訪談題項

Q1.您今天是怎麼來的？車停在哪裡？好停車嗎？

Q2.藝術街吸引您的因素？

Q3.您覺得路面好走嗎？走人行道還是柏油路？

Q4.您對於馬路旁「圓石球、花圃、座椅」的看法？

Q5.您認為這裡的戶外休憩設施完善嗎？

Q6.您對於藝術街環境綠化的看法？

Q7.您對於柯比意廣場的看法？

Q8.藝術街舉辦什麼樣的活動會吸引你前來？

Q9.您目前覺得藝術街有哪些不滿意的地方？

Q10.您還會想再來嗎？

附錄 2：社區經營者斷句編碼表

A. 設計單位：建築師

斷句編號	口語內容	街區營造		在地條件		環境認知
		理想價值	溝通互動	環境資源	人為資源	主觀印象
A-04	出來它(藝術街)不是設計出來的，它是運作出來的。	●				
A-05	它(藝術街)真正的核心精神不是設計。	●				
A-06	只要你有錢就能做的，就不算題目。	●				
A-07	題目是你發現了社會有什麼問題，有什麼現象。	●				
A-13	有經濟的產業才有文化。	●			●	
A-16	可是你要知道，在二三十年前，沒有人相信那個文化，叫做文化祖產。		●		●	
A-19	我後來用了理想國，沒有祖產，真的沒有祖產(環境與人為)。			●	●	
A-20	不只是沒有祖產(環境與人為)，不是 0，是 minus 100(-100)，對不對？			●	●	●
A-25	所以才用慘兮兮的理想國，那時候叫國際街。	●				●
A-26	它全部是廢墟、不良少年、藏汙納垢、沒有祖產(環境與人為)。			●	●	●
A-27	當時很苦，可是我跟我的同班同學，工作夥伴講說：「這如果可以過關，二十年後才有辦法站在台上跟他們(同業)講說：『跟你說啦，這就有辦法了，你怎麼會沒辦法？』」。	●	●			
A-28	我今生來要做的事情就是「使衰敗復活，使殘缺圓滿」(環境與人為)。	●		●	●	●
A-31	幾乎外面不會跟我們理解啦，你要設計這個東西。		●			
A-33	他(工作夥伴)根本在他的工作團隊裡面不下班，因為他在玩他的夢，我很清楚。	●				
A-34	對內是有那種價值。	●				
A-35	那這種價值要轉換到外面變成價格的話，那個開始沒有人聽得懂。	●	●			
A-36	沒有消費者聽得懂，剛開始沒辦法講這個。		●			
A-37	我們走在前面那個叫理想。	●				
A-38	我就跟我的工作夥伴講說：「理想只不過是多年後的現實，只是我超前二十年的可能。」。	●				
A-39	二十年前我們在做這個事情沒有人相信，現在很清楚了。	●	●			
A-41	你超前前面一點，那就是理想，現實在後面。	●				

A-42	可是現在你們下一波呢，它已經到處都有所謂創意了。				●	
A-43	那你就要植根的更深，深到它當時的人看不懂。	●	●			
A-46	可是推動時代是這樣的力量。	●				
A-47	什麼時候有辦法把理想能夠轉換成到價值，我一直在找平衡點。	●				
A-48	從理想跟現實之間找那個平衡點。	●				
A-49	用我的講法就是：「從利他的過程去走出自己來，你設定了那個理念去做事情是利他的。」。	●	●			
A-50	不是在設計漂不漂亮與否，是卡到那個生命。	●				●
A-52	他如果用生命去做的話，是不會假的啦。	●				
A-53	因為那個地方就磁場和厚度自然會出現(人為因素)。	●			●	
A-54	那在當時的人可能聽不懂(理念價值)，可是日後…	●	●			
A-55	現在很清楚了就是說「那個人文厚度的東西都是以後的利基」。	●			●	
A-57	你要深度做的才有辦法，因為有磁場(人為因素)。	●			●	
A-58	街道需要有一個引擎(廣場)，馬達一樣。	●		●		●
A-59	我的目的是需要這樣子，所以 open space 在那邊。	●		●		
A-61	什麼意思？很不好賣(住宅)。		●	●		
A-62	如果街邊都排開四到五個店鋪，全部都賣光。		●	●		
A-64	將來沒有辦活動的地方，沒有引擎。			●	●	●
A-65	那有引擎(廣場)握在手上，只要辦活動，就像電一樣，插下去它就會轉動。	●		●	●	●
A-66	一條街就不會一灘死水。	●				●
A-67	所以理想和現實就很痛苦在那邊，它(廣場)一定要有。	●		●		
A-68	我只 enjoy 說，我要那個廣場，出現就有活動中心。	●		●		
A-69	你一定要交通。	●		●		
A-70	因為太多住家，你不能全部都人行，那車子要跑哪去？	●		●		
A-73	它是可以環繞在外圍，車停掉以後進來。	●		●		
A-74	但是你一定要讓它急難救助車是一定要進來的。	●		●		
A-75	你一定要有這個東西(廣場)。	●		●		
A-76	已經開始塞車了。			●		
A-78	一開始就知道他未來一定會塞車。			●		
A-79	本來還盼望有兩個廣場。	●		●		
A-80	兩個的話整條街就不會死。	●		●		●
A-82	我跟那個老闆談多少次。		●			
A-84	就是說借我那個地，以前還空地的時候。	●	●	●		
A-85	他說:「沒問題,白先生都借你,都不用錢,租都不要。(空地)」。		●	●		
A-86	我說：「不是，我來跟你合作，把它開發了，我想那個地方也弄一個廣場出來。」。	●	●	●		
A-87	就柯比意廣場類似這樣的一個。	●		●		
A-88	如果有兩個引擎(廣場)在，這條街就都動完了。	●		●		

A-89	他不肯，賣也不賣你(空地)，跟你合作也不行。		●	●		
A-90	我的目的是要再留一個廣場出來。	●		●		
A-91	他(地主)因為等，等你整個成功以後，它土地會一直增值。		●	●		
A-92	我也知道，也很合理，可是我說那個地方就夢碎。	●				
A-93	很好的朋友，對我們也都很好，可是他就不肯，那真正不能成就是這樣。		●			
A-94	如果有(廣場)的話就會比較好。	●		●		
A-95	真正的完成，這條叫作藝術街坊，就意味著很多藝術家。	●			●	
A-96	真正的理想國呢，這整個完成到現在，它不到我的夢的三分之一啦。	●				
A-97	原來計畫遠東街是叫人文走廊，什麼叫人文走廊？	●		●	●	
A-98	那個時候藝術街坊弄了改裝了以後，那個遠東街還是很破爛，破房子還一堆。			●		●
A-99	遠東街的路還比較寬。			●		
A-101	房子就開始改裝變什麼，一個一個。	●		●		
A-102	如果白先勇的這個現代文學社，余光中的詩社，然後謀中山的這個私塾。	●		●	●	
A-103	一個一個的，人文走廊就這些人物在那邊。	●		●	●	
A-104	所以它(街區)要打扮的樸素，然後種一些竹子這樣它就哇！	●		●		●
A-105	如果這些人在一起的目的就是說，你就讓你的小朋友把他牽來這邊住，孟母三遷。	●	●		●	
A-106	從小就跟這些藝術家跟這些哲學家從小混在一起。	●	●		●	
A-107	讓這些人文跟藝術家，藝術家跟這些哲學家聊天，一聊了以後他有很多創意。	●	●		●	
A-108	生命是根源的，對於社區村落的生命根源，我當時這樣定論。	●		●	●	
A-111	就是因為它是二十多年的歷史，那它到現在還活著。				●	●
A-112	歷史是它很重要的資源。				●	
A-113	其實最嚴重是，它缺少那個核心的動能。				●	
A-114	我看不到那個種子。				●	
A-115	我看不到使命感的人，這個是我覺得最大的問題。				●	
A-116	這個也是關鍵性問題(人才)，坦白講其他都不重要。	●			●	
A-117	只要有那樣子的生命，其他有什麼難？	●			●	
A-118	以現在來講的話，樹都砍掉了。			●		
A-119	它(樹)什麼時候會再出現，沒有人推動不會成。		●	●		
A-120	哪有政府會主動推？		●		●	
A-121	如果政府來做的東西，就開始必須發包。		●		●	
A-122	那個商人去標到，你跟他講直徑要多寬的，等等等等的。		●			
A-123	他(承包商)是能偷就偷，能省就省的(設施)。		●	●		
A-124	那不是種下去最好的，哪一棵樹會更佳等等。			●		

A-126	會種的，假使這條路上面有八十棵樹。			●		
A-127	不敢說每一棵啦，只要有十棵(樹)是那來源是很感人的過程而來的話，那條街就迷死人了。	●		●		●
A-128	只要找十棵(樹)，誰捐，他家因為拆房子，他不要了，什麼東西等等…。	●	●	●		
A-129	或深山上有一棵(樹)，特殊的要去拿。	●	●	●		
A-130	每一棵(樹)都有故事，都有典故來，越困難越來，它歷史的厚度跟故事的厚度。	●		●	●	
A-131	你腦筋一動，隨便都有契機。	●				
A-133	可是故事是越麻煩，又完成，它越有厚度。	●			●	
總　計	**總斷句數：183 句**	66	29	43	30	15

B. 地方組織：文創協會

斷句編號	口語內容	街區營造		在地條件		環境認知
		理想價值	溝通互動	環境資源	人為資源	主觀印象
B-01	它(文創協會)是附屬在文化部的案子底下。				●	
B-02	它(文創協會)是由七個店家，然後用個別的店家去申請一個，申請成立聚落。				●	
B-03	那成立聚落之後，就必須成立協會，才有一個管理的單位，所以我們才去成立協會的。	●	●		●	
B-11	有一些(店家)在這邊可能都待十幾年了。			●		
B-12	目前主軸是放在就是說要讓藝術街有藝術，這是長遠的一個目標。	●				●
B-13	那中短期我們是在推廣就是：「生活皆藝術，然後藝術街生活。」。	●	●		●	●
B-14	就是讓來這邊的人，可以感受到藝術街跟人家與眾不同的地方。	●			●	●
B-15	它的不同的生活步調跟它獨特的文化。				●	●
B-16	所以我們短期就會舉辦一些課程，文創課程或者是手作體驗。	●	●		●	
B-17	然後或者是像市集，給大家一個成品可以展售的機會。	●	●		●	
B-18	第二年的重點的話就有一部分會放在行銷的部分。	●	●			
B-19	像是我們可能會去收集這邊的故事，出一本書，拍一部微電影。	●			●	
B-20	然後也有可能做一些產品的開發，是專門為了藝術街去做的。	●				
B-21	因為我們協會是非營利單位。				●	

B-22	那我們是希望說這些產品未來可以為協會帶來一個基本運作的營收。	●			●	
B-23	我們透過協會的一些地圖或文宣，這些比較能帶動觀光的一些吸引人的點，來讓遊客過來之後自然對商圈也有帶動的效果。	●	●		●	●
B-25	因為會有民眾因為想要來逛市集或是收到我們的地圖，而想要再度造訪藝術街。	●	●		●	
B-26	居民的部分目前是還在推廣。	●	●			
B-27	就是可能像我們的市集可能會漸漸的推一些跟生活相關的東西。	●	●		●	
B-28	那這個對居民來說他們就會有(市集)，在每個月都有一次，多一個選擇的機會。	●	●		●	
B-29	就是他(居民)可以多看看一些不一樣的東西(市集)。	●	●		●	
B-30	外面的(市集)形式可能看各個店家自己決定，那我們這邊是一定要求「手作」，不要是大量批發的。	●	●		●	
B-31	因為我們相信「手作」它有他獨特的心意在。	●				●
B-32	然後要有一定的質感(市集)，所以這應該是比較不同的地方。	●			●	●
B-33	因為我們也不希望競爭，就像我們即使我們的攤商才二十出頭個，那我們也盡量希望同一個性質的不要太多攤。	●		●		●
B-34	可能一、兩攤或者是他創作的風格一定要有他很個人的味道。	●		●		●
B-35	它吸引人的地方也是它最討厭的地方，應該就是氣候。			●		●
B-36	因為它真的天氣好的時候很舒適，但天氣不好的時候就是又濕又冷。			●		●
B-37	但是它還是有它魅力的地方。					●
B-38	然後再來就是這邊的生活步調真的比較慢，如果說想要來放鬆的人就會覺得還不錯。				●	●
B-39	然後景色也算，就是蠻多人喜歡來這邊取景的。			●		●
B-40	那條馬路，哈哈。			●		
B-42	我們也知道說「一個適合行人走的步道才能成就一個好的商圈。」。	●		●		
B-43	那我們現在的步道的行走真的，雖然說，在些微的調整過後有稍微好走一點點。			●		●
B-44	但普遍來說其實這邊不管是停車交通問題，還是人行，對於行人的友善程度都還是不夠的。			●		●
B-45	如果沒有一個好的行走環境，商圈很快就死掉了。	●		●		●
B-46	因為，藝術街你從頭到尾，慢慢走，慢慢逛(店家)，其實你可耗上兩、三個小時。	●	●	●		
B-47	可是如果因為停車不便，所以你騎機車過去就結束了，可能是十分鐘不到，所以這是它很可惜的地方。			●		●
B-48	因為沒有好的行走環境，大家不會下來走。	●		●		

B-49	那也沒有停車的空間。			●		
B-50	所以就變成說，很多人就算騎機車在這邊，藝術街、南北街都繞過，真的大概十分鐘內就結束了。			●		
B-51	他(遊客)就問我說：「那藝術街到底有什麼？(在地資源)」。		●	●	●	●
B-52	可是有太多東西是你要邊走邊逛你才，可能一家店，一家店的進去逛你才能感受到這邊每個創作者他不同的風格跟他的創作生命。	●	●	●		●
B-53	昨天也還有人就逆向下來，然後整個交通就打結，汽車逆向。			●		●
B-54	我們在交通的宣導上，可能也還是不夠啦。	●	●	●		
B-55	因為如果我們沒有特地去提醒說這邊是單向道，然後你可能要遵循我們的交通的方向走的話，第一次來的旅客應該都會很容易在這邊就是交通打結。	●	●	●		●
B-56	甚至是我們之前上一次市集，我們才開始推廣說我們這邊哪裡附近有停車場。	●	●	●	●	
B-57	因為在我們沒有推廣的情況下，大家都覺得這邊是沒有停車場的。		●	●		
B-58	可是停車場因為幾乎都在北街，北街就有四個，可是很少人知道。			●		●
B-60	推廣藝術街這邊的，就是周圍的環境，讓它變的更有善一點。	●	●	●		●
B-61	那現在唯一，目前還沒有辦法克服的就是機車的部分，因為那個都是汽車停車場。			●		
B-62	我們也跟他們溝通過，看能不能釋放出部分的位子給停放機車。	●	●	●		
B-64	可是他們還是會擔心這邊巷子間因為太小了，那車輛這樣進出，他們很擔心機車的安全問題。		●	●		●
B-66	這我們一直在爭取(機車位)。	●	●	●		
B-67	因為也是我們鄰居，我就說：「可不可以，這樣至少市集這天開放一天，讓我們攤商他們機車來有地方停。」。	●	●	●	●	
B-68	可是他們還是擔心(交通安全)，有這樣的考量啦。		●	●		
B-69	因為如果你有看到的話，每一條巷子的左右兩邊，機車都是停滿的。			●		●
B-70	那其實我們自己騎機車來，我們也是不知道要停哪裡？			●		
B-71	這是一個很顯著的問題(交通)。			●		
B-72	因為如果能解決這個問題，就是有一個可以管理停放機車、汽車的地方，其實巷子會更好走一點。	●	●	●		●
B-73	我們光吃，我們就不知道吃什麼了(店家)？			●		●
B-74	我們每天生活在這裡，我們不知道該吃什麼(店家)？			●		
B-75	我們可能有很多餐館，可是卻沒有那種，我們日常生活可以比較平價的消費。			●		●
B-76	這個部份(平價消費)是很缺乏的，選擇性很少。			●		●

B-77	然後喝的部分，我們很多朋友來，要找間咖啡店坐，可是我們也只有兩、三間。			●		
B-78	然後兩三間的營業時間還經常錯開的，就可能一個時段只有一個咖啡店。			●		
B-80	我們也只能說：「不好意思，我們哪家沒開，所以你只能去哪一家(店)。」。		●	●		
B-81	吃、喝的部分(店家)。			●		
B-82	然後連玩的部分也不夠。			●		●
B-83	就是相關的可以娛樂的部分是不夠的。			●		●
B-84	所以當然也不會有樂了。			●		
B-85	就吃喝玩樂的部分，我就覺得都缺。			●		●
B-86	所以就變成說，不可能永遠只有逛街，逛街也是會累。	●			●	
B-87	那我們連住的部分，民宿跟飯店雖然有，但是可能也不是大家都熟知。			●		●
B-88	這部分就變成說，你來，你想住，然後你也不知道該住哪？			●		●
B-89	食、衣、住、行，有衣沒錯，但食、住，然後再加上行的不方便。			●		●
B-91	還是希望停車問題可以解決吧！	●		●		
B-92	這是最主要的，對，交通還是最主要的。	●		●		
B-93	因為其實藝術街它有它自己特殊的味道在(環境與人為)。	●		●	●	●
B-94	那只是說太多的不方便(交通)，會讓人家沒有辦法再度前往。			●		●
B-95	如果可以解決這些不方便(交通)，應該就可以大大增加遊客來的意願。	●		●		●
B-96	當然是也是希望有更多有個性的小店能出現啦。	●		●		●
B-97	有一些個性小店可以讓這裡看起來更與眾不同。	●		●		●
B-98	因為太多連鎖店的話會讓人家覺得怎麼看，不管到哪個商圈看起來都是一樣的。			●		●
B-99	但是如果有更多的個性小店進駐的話，會讓這裡變的更不一樣。	●		●		●
總　計	**總斷句數：195 句**	42	27	58	25	43

C. 政府部門：龍井區長

斷句編號	口語內容	街區營造		在地條件		環境認知
		理想價值	溝通互動	環境資源	人為資源	主觀印象
C-01	藝術街它是早期，當然還沒縣市合併之前，在我們台中縣政府的時代那時候開始實施的，應該也將近快二十年了。				●	
C-02	其實剛開始推動的時候，藝術街在中部地區或是全國的部分也算是一個非常知名的。		●			●
C-04	然後因為有藝術街然後又有理想國的結合，當時也造就了一些藝術家，一些商店的來這邊設立。			●	●	
C-05	當然理想國是以前它的一個建設公司，那邊也有幾個個案，在那邊蓋了一些別墅，還有一些比較高級的一個公寓。			●		●
C-06	所以說在那邊是一個人文薈萃，然後離市區交通也很方便，也離開塵囂，所以說是一個很適合居住。			●	●	●
C-07	還有一些藝術家能夠在那邊發揮他的長才，然後又能夠結合商業的一個地方。			●	●	
C-08	所以說早期的時候，是相當的有名。					●
C-14	然後比較純藝術的部分也慢慢的離開，因為他沒有辦法生存，所以說就慢慢離開。			●		
C-15	那變成就是，藝術街變成有一些就是比較生活必需的那些，包括是那個賣衣服的啦，或者賣其他的簡餐的部份就有慢慢進入。			●		
C-16	所以說也因為這樣子這四、五年中間，跟以前比較起來，稍微有差一點(環境與人為)，我們不能講沒落啦，是稍微有差一點。			●	●	●
C-17	然後這一個藝術街其實現在要推的部分就是說，你如果跟商業跟產品來結合的部分。	●	●	●		
C-18	當然藝術街這個名稱很響亮啦，不過確實在那邊有沒有說要塑造一個比較有名的。	●				●
C-20	然後去藝術街，以前我們說常常我會先跟人講說我要去那邊喝咖啡。		●	●		
C-21	不過其實現在在那邊要喝咖啡的這個點，當然也還是有，不過它的名號啦，或者說它的知名度會慢慢的沒有，有幾家也收起來了。			●		●
C-22	另外的就是也不是說很讓人家一聽到就是說，這個是要去藝術街喝的咖啡，就是說這個獨特性比較缺乏。			●		●
C-23	就是說你的獨特性，還有你要發展的部分，其實它那邊還是有				●	

	受限於都市計畫的發展。					
C-26	跟地方的結合的部份就是它的所在地，早期的部分，它是列為「非都市計畫土地」。				●	
C-27	所以說它很多的建築都是以前在民國七十幾年他們那時候蓋的一些老房子。			●		●
C-28	後來這些「非都市計畫土地」就是說它沒有都市計畫，就是說很多的現在的道路、巷道，還有很多是私人的。			●		
C-29	你現在有時候調謄本出來，喔是誰的誰的土地，有的還有持分的。			●		
C-30	所以說公部門有的時候要介入，包括你巷道要整修啦，我藝術街的旁邊我要去做什麼東西、設施，很多的屋主、地主都有相當的意見。	●	●	●		
C-31	包括以前縣政府時代跟它做藝術街的整個造街規畫的時候，也討論了好久。	●	●		●	
C-32	說要封街，要成為步行街，店家、屋主、商家都出來反對。	●	●	●		
C-33	甚至於有的像我們之前公所都會去藝術街柯比意廣場辦活動，音樂會啦，或是說請樂團去。	●			●	
C-34	曾經還有一開始沒有幾首歌，人家就檢舉了，說噪音。		●			●
C-36	所以說這個部份就是商業跟住宅要怎樣來取得一個共識，或著說取得一個平衡。	●	●	●		●
C-37	然後它最近有一個藝術街的自治會，在我們經發局輔導之下，現在有開始慢慢已經成立了，也開始在推動。	●	●		●	
C-38	最近他也開始辦了一個「走春」活動。	●			●	
C-39	所以說藉由這樣子慢慢的他們商圈的自治會慢慢的來跟住戶來溝通。		●		●	
C-40	其實你再藉由經發局這樣子介入之下，我看應該是可以慢慢的再恢復啦(環境與人為)。	●		●	●	
C-41	不過就是說，因為以前有幾個例子就是說，自治會會到後來就會變成一開始大家很熱衷，不過到後來因為他們可能因為店租的問題啦，或是說經營的問題啦，慢慢自治會就是有時候會凝聚力不太夠。				●	
C-42	以前也有辦過(自治會)，不過後來就解散了。				●	
C-43	期待說這一次經發局已經把它列入台中市的第二十一個商圈了，是不是在公部門這邊再做一些支援。	●			●	
C-44	然後他們自己這邊再奮發圖強看能不能夠再創這個榮景。	●			●	
C-45	東海藝術街這邊最缺乏的就是它是「非都市計畫土地」。				●	
C-46	沒有透過都市計畫，來編一些公共設施用地，包括道路、公園、學校。			●		
C-47	所以它純粹都是要以現況的這些設施，這些店家來支撐。			●		

C-48	它們也沒辦法去找一個公園出來，因為那邊都是私人用地。			●		
C-49	你要叫人家捐也不太可能，房子也蓋的很滿了。			●		●
C-50	所以說他們大概就是以前在經營的話，大部分都是以社區的一些活動。				●	
C-51	就後來他們有去做了一些導覽，解說員的一些培訓，不過就是僅限於那個階段。		●		●	
C-52	因為社區總體營造的部分，其實你說要社區發展協會來做的話，他們要培訓一些人才。				●	
C-53	社區的人才大部分整體來講也不只只說我講的東海，其實很多的社區發展協會也是有遇到一個瓶頸，就是說沒有一些文書作業的人，缺乏。				●	
C-54	因為你說要有，要做這個要大家(居民)要有時間，要有閒，還要會打電腦，要製作報表，要做很多的東西。				●	
C-55	所以說他們(居民)大該概都在這個部分會斷層。				●	
C-56	大概你看他們(居民)在推展的部分都是年齡層比較高的。				●	
C-57	社區總體營造的部分這兩、三年有比較式微一點，以前還蠻熱衷的。				●	●
C-58	因為有時候，頭，就是理事長的變換，更換，或是說社區裡面的人才的斷層部分可能都會影響到他們。		●		●	
C-59	不過如果說這個部分能夠來結合他們自治商圈，我想這個應該還有很大的發展空間。	●	●		●	
C-60	公部門的話，其實我們大概跟店家，跟這些商家的部分要跟他們結合。	●	●	●		
C-61	其實以前沒有辦法各個這樣子來配合他們，所以以前我們也很期望他們自治會有怎樣的一個提案，或是他們有怎麼樣的一個想法。	●	●		●	
C-62	你要做商圈的塑造，或是說你要做硬體的推展活動，什麼的，這個我們以前都很樂意。	●	●	●		
C-63	不過這個部分我們站的角度就是說，我們來協助他們，我們來輔導他們(地方組織)。	●	●		●	
C-65	公部門的部分，你像說我們最近在藝術街的很多設施我們也在做整修。	●		●		
C-66	我們定期會做整修(設施)。	●		●		
C-67	而且以前比較有一段時間就是早期種的一些黃脈莉桐，我們也經過很多專家來看過。	●	●	●		
C-68	它那個病蟲害相當嚴重，也建議說有很多可能我們要把它(樹)移掉。		●	●		
C-69	所以說我們最近又把很多比較危險的樹我們都把它移掉了。	●		●		
C-70	我們要把它改種櫻花，因為我們前一段櫻花種的不錯，所以後	●		●		●

	續這一段的櫻花我們也還會再種。					
C-71	還有一些步道的部分我們要怎樣來把它整平。	●		●		
C-72	店家前面怎樣我們要來勸導。	●	●	●		
C-73	我們現在只能局限於勸導，也沒辦法強制跟他執行，因為那個用地還是他私人的。	●	●	●		
C-74	很多的部分公部門在公共設施方面，我們可以做的我們都會盡量來做。	●		●		
C-75	當然商家輔導的部分，我們也希望說，這次它們第二十一個商圈這個自治會成立之後，又由市政府這邊經發局這樣來輔導他們這樣看能不能再做一次轉型。	●	●		●	
C-76	其實他們(地方組織)有建議的也不多，其實我們自己也有發覺。		●		●	
C-77	有時候我們這邊的話，以我的話有時候我會以顧客的角度去看，大概哪個地方我們要做改善。	●				
C-78	當然地方的里長、民眾他們也會去建議。		●		●	
C-79	其實有很多的店家，不過我們現在還在協調的就是說，你包括我們最近要去整修，要去種一棵樹，的位置，一個位置可以跟你有很多意見。	●	●	●		
C-80	所以我們公部門有時候在推動，很多沒有辦法去(執行)。	●	●			
C-81	我講說，因為它「非都市計畫土地」我們就說要有很大的一個強制的執行能力，還是在用力方面我們會做一些斟酌，不過我們還是會執行。	●			●	
C-82	不過那個(樹)位置的部分，可能我們就是要透過溝通協調。	●	●	●		
C-83	當然，這個溝通協調的部分我們就會請里長，然後店家(代表)他們出來，屋主，然後商圈的自治會，來溝通。	●	●		●	
C-84	其實商圈的自治會他們，我一直在跟他們講說他們一定要奮發圖強，他們要跟地方民眾充分溝通。	●	●	●		
C-85	畢竟我想這個住商混合的地方，有很多民眾對商家的看法是不一樣的。		●	●		
C-86	因為有的民眾是說「我需要一個比較寧靜的居住環境」。		●	●		●
C-87	有的是想說「你商家都為了賺錢」。		●	●		
C-88	有的民眾說：「那邊可以種樹，怎麼不可以？我走的時候散步可以。」。		●	●		
C-89	店家說他擋到了門口，它旁邊一點點的地他要用，不過那一點點的地要用，它會破壞景觀。		●	●		●
C-90	諸如此類這部分都還是要再溝通。	●	●			
C-91	所以說我們也期盼商圈成立之後我們會透過市政府經發局這邊有什麼其他的約束的力量(政策實施)。	●	●		●	
C-92	能夠把一些它是會破壞景觀的，或其他的一個，或是說影響通行的部分，影響觀瞻的部分可以來做以法令上的途徑來跟它解	●	●		●	●

	決，來改善。					
C-93	當然最需要就是說因為藝術街的部分現在列為那個「中科特定區」。	●			●	
C-94	它已經現在要辦都市計畫，只是說還沒有完成，還在公告階段。	●	●		●	
C-95	我們也希望說，好，改天公告完之後，這個成為都市計劃區的時候，那時候產權就很明確了。	●	●	●	●	
C-96	看市政府以後如果能夠，是道路用地，公共設施用地趕快辦徵收變為公家用地，來做就會沒有那些困擾。	●	●	●		
C-97	藝術街的部份就是說，它那邊的地理環境。			●		
C-98	還有就是說早期的一些藝術街造街完之後那個(街道景觀)，這一、二十年來那個氣氛，那個感覺。	●		●		●
C-99	其實在那一段(街區)的部分，除了說你不僅僅說吸引很多人會來這邊參觀之外。		●	●		●
C-100	其實有幾家比較老的，這個店。			●		●
C-101	還有幾家咖啡廳，其實在那邊它巷子口裡面的。			●		
C-102	你在藝術街上面然後再轉個巷子有幾家店，其實那個味道都很好。			●		●
C-103	味道都不錯，很有異國的風味(商家)。			●		●
C-104	包括在藝術南街也有幾個店也都是要去排隊的。			●		
C-105	像要吃個拉麵，它(商家)一天才限量多少。			●		
C-106	你像那個做手工眼鏡的、手工餅乾的，這個有幾家店，其實在當地都相當有名。			●		●
C-107	當然就是說在藝術街上面的店，反倒像有這樣風味的比較少。			●		●
C-108	就變成它可能是店租的關係，他不去做一些純商業行為不行。			●		
C-110	所以說它會常常在換，它比較沒有辦法再去營造一些特色出來，這些店家。			●		●
C-112	它在晚上，它會自然有一些霧。			●		
C-113	它那個地形的關係，它大肚山台地。			●		
C-114	它有一些霧，那個薄霧，所以那個感覺很好。			●		●
C-116	然後這邊又是，它又脫離了東海商圈那邊雜亂、吵雜。					●
C-117	然後從西屯路上來，現在台灣大道上來，這邊交通也很方便。			●		●
C-118	可能就是附近的人有時後會想來這邊來逛一逛。。					●
C-119	「非都市計畫土地」以前沒有辦法去做很詳細的規畫，所以說，公共設施的嚴重不足。			●	●	
C-120	它沒有停車場，平常它現在都是私人的。			●		
C-121	它沒有社區的一個活動中心。			●		
C-122	沒有大家喜歡的公園。			●		●
C-123	這個也是因為這樣子所以說去到那邊的人，停車也不方便。			●		●
C-124	然後，重要的你說要去廁所，廁所也沒有公共廁所。			●		

C-125	你要去的話一定要去店家，去找，跟人家借用。		●	●		
C-126	如果以後「中科特定區」完成之後，還有他們現在有幾塊用地在做用地變更的部分。	●			●	
C-127	完成之後把這些公共設施拿出來用，我想就會把這些稍微做一些改善。	●		●		
C-128	這個部分在我們這一次的整修，我們有做要把它(路霸)移除的一個動作，我們會把它重新施作。	●		●		
C-129	因為它的用地還不是公部門的用地，所以說這個也要跟他用，這個沒有辦法很強制、很硬性，不過我們會充分去溝通。	●	●	●		
C-130	這一點(路霸)我其實我這個就已經有發覺過了，有發覺到了。			●		
C-131	所以我們這一期的工程會把它(設施)改善。	●		●		
C-132	包括一些花台的這個位置，調整。	●		●		
C-133	所以說，我們這個觀念說，最起碼你的(人行道)淨寬你要。	●		●		
C-134	可能很多的店家的門口他有去做什麼(設置物)。			●		
C-135	不過我想，旁邊人行步道，我們至少要殘障人士的輪椅什麼，或者說你推車的部分能夠通過。	●		●		
C-136	這個部分我們這一次會把它(人行道)做改善。	●		●		
C-137	有很多的商家也在講說：「為什麼花台做很多？然後那個什麼車擋住很多。」		●	●		
C-138	其實那個也是沒有辦法，那個早期他們做的是，因為那邊都是摩托車都會亂停，然後卸貨的車會亂停。			●		
C-139	我們之前也有曾經跟它有規畫在柯比意廣場前面是不是能夠做一個卸貨區。	●		●		
C-140	不過即使有規畫，他們也不會這樣子做，有的店離它(卸貨區)太遠了。			●		
C-141	你說要多做很多的卸貨區其實也是會被人家停車。			●		
C-142	所以說，根本之道，未來有機會作為步行街。	●		●		
C-143	可是你說步行街的時段你要怎麼樣去調整。	●		●		
C-144	再來就是說你的基本，你公家部門你要限制這個(人行道)，你要不要讓人家做什麼。	●	●	●		
C-145	不要讓人家停車，你至少你要有那些的胃納量，就是讓人家有地方去停車。	●	●	●		
C-146	這個是要去積極努力的(停車場)。	●		●		
C-147	通過都市計畫的手段、方法，去趕快把人民不夠的，人民需求的東西去把它做好。	●	●		●	
C-148	人行步道的部分，大概我們基本它的，基本的這些原有的設施，因為我們經費也有限，所以原有的設施我們不會去動它。	●		●		
C-149	你像那個花台、圓石球、石塊磚那個應該都是很堅固的，那個我們不會去動它。	●		●		●

C-150	現在就是說路平、路霸的部分，我們這次會去執行。	●		●		
C-151	甚至於我這一次有要求他們一個東西就是說「樹穴」的部分。	●	●	●		
C-152	因為樹你沒有地方種，就種太離店家，他出來 complain(抱怨)反對。		●	●		
C-153	所以說也都是在人行道的周圍，原本的「樹穴」那邊會去種。	●		●		
C-154	早期我們就是看到「樹穴」每次種，「樹穴」的部份就是那邊變成造成行人要走，你可能樹幹沒有那麼大，不過你「樹穴」很大，就是有洞。			●		
C-155	所以我們這一次有把它(樹穴)改善。	●		●		
C-156	我們「樹穴」會做蓋子把它蓋起來，這個部份我們會去做。	●		●		
C-157	然後我可能有一點點的，藝術街的意象，其實這個是比較大的一個，這個應該你們工業設計的要來想看看。	●	●			●
C-158	我現在是大概在，因為你那邊要再樹立什麼東西(設施)也不太好做。			●		
C-159	因為其實路燈、電桿那邊沒有地下化。			●		
C-160	只有寬頻網路有地下化，你電信的。			●		
C-161	你像在那個路口，國際街跟藝術街路口那邊就覺得很亂了。			●		●
C-162	我那時候要去跟它做一些，做一個比較大型的招牌就沒地方放。	●		●		
C-163	不過現在經發局有在規畫了(招牌)。	●		●		
C-164	所以說我可能會結合，這次的部分設計會結合路燈。	●		●		
C-165	會做一個那個鐵，鐵的那個框，會去簍空的，然後裡面放燈出來。	●		●		
C-166	就是把既有的燈把它包起來，把燈柱包起來，做一些比較明顯的意象這樣子。	●		●		●
C-167	石磚有的話就是我們再把它壓平而已，然後縫隙的部分我們可能會再把它填砂。	●		●		
C-168	因為你石塊說實在，你說要很平是比較困難。			●		
C-169	尤其是路中心那個，因為那個車子重車有在壓。			●		
C-170	你旁邊人行道還好，還沒有說那麼明顯。			●		
C-171	有時候過街那個，過街那個我們以前去整理過一次。	●			●	
C-172	有人在反映說：「高跟鞋會夾住。」(石磚縫隙)。		●	●		
C-173	所以說，我們再把它(石磚縫隙)做整平，你縫隙的部分我們還會再填細砂這樣子。	●		●		
C-174	以前我們也有想過是不是要把那些(石磚)挖掉，不過挖掉我覺得好像很浪費，因為那個感覺不錯。	●		●		●
C-175	我們就可能會做一些車阻、車擋。	●		●		
C-176	然後再來就是店家它也要自律。	●		●		
C-178	你說「春水堂」前面車停最多了。			●		
C-179	其實嚴格講起來它也沒地方停，機車也沒地方停。			●		

C-180	我們其實也沒有用地讓他們停，因為那邊的部分沒有一個是公家的地。			●		
C-181	所以說這個根本解決之道還是你要有一個停車場。	●		●		
C-183	公家單位真的沒有半塊停車。			●		
C-184	連活動中心用地都沒有。			●		
C-185	公園用地也沒有。			●		
C-186	這個一定還是要趕快積極來推動「都市計畫」，大肚山台地的「都市計畫」。	●			●	
C-188	畢竟那邊房子很密集，現況都已經完成了。			●		●
C-189	你要怎麼樣來做路，來再做計畫道路。	●			●	
C-190	然後有哪些地可以做停車、公共設施，這個都還要詳細的規畫。	●		●		
C-191	其實「中科特定區」完成之後，它也就差不多大概都現況了。				●	
C-192	你要有公共設施用地也都是離藝術街比較距離有一點的。			●		
C-193	所以說，以後要怎麼樣，你如果真的有停車場，你要有接駁的。	●		●		
C-194	還是說你要有其他的商圈的延續，這個可能就是以後再來規畫的。	●		●		
C-195	行道樹是早期就是以黃脈刺桐，黃脈刺桐其實它也是一個很漂亮的樹。			●		●
C-196	不過它在我們這個海島型氣候這邊的話，它有一個什麼蜂，它會在那邊居住。			●		
C-197	然後會有蟲會腐蝕，根會爛掉，所以說它以前有樹倒過。			●		
C-198	不過黃脈刺桐是很漂亮的一種樹。			●		●
C-199	不過它(樹)比較屬於比較歐洲那種風味。			●		●
C-200	所以以前我們有一些導覽牌是以黃脈刺桐的葉子下去做導覽。	●	●	●		
C-201	後來是因為地方的意見。		●			
C-202	因為我們藝術街的西側，以前早期我們公所去種一些櫻花。	●		●		
C-203	現在也慢慢的都超過六、七年了，那個樹幹也蠻大了，然後這幾年櫻花也開的很漂亮。			●		●
C-204	所以說我們這一次大部分經過他們(地方組織)的建議。		●	●		
C-205	然後商圈它們，自治會他們也極力來支持。		●	●	●	
C-206	所以說這次就種櫻花。	●		●		
C-207	然後櫻花的部分，就是它的樹徑我們這次可能種不是很小棵的，有種大棵一點點的。	●		●		
C-208	但是可能會生長會比較快吧，不過還是以後要養護(櫻花)。	●		●		
C-209	櫻花就是我想如果它的經濟價值，我想它是比較是觀光的性質。	●		●		
C-210	大家來賞櫻，應該對藝術街多多少少也有加分。	●	●	●		●
C-211	然後它也不是說它(櫻花)只有冬季的時候會落葉，它落葉就開始要開花了。			●		
C-212	所以說它夏天，一般時間，夏、秋應該它還是有綠葉的，多多			●		

	少少還是有一些綠葉。					
C-213	就是都市計畫完成之後，其實它把公共設施現在的瓶頸。	●		●	●	
C-214	我說的停車場，然後結合有一些綠地。	●		●		
C-215	然後再來就是它的公共廁所如果完成，這個我想最基本的。	●		●		
C-216	然後再來就從，台灣大道進來的，國際街來結合，把這個結合引進來。	●		●		
C-217	然後把藝術街盡可能的部分，這一條有很多的一些老店家的部分，是不是能夠再吸引一些比較知名的店家進來。	●		●		●
C-218	你說一聽到可能說哪一個店，哪一個咖啡，它就是藝術街的品牌。	●	●	●		●
C-219	我們再做這些的塑造(品牌形象)。	●				●
C-220	然後盡可能就是要跟店家、住家來溝通。	●	●	●		
C-221	它的藝術街的步行街，這個部分有沒有辦法來實行。	●		●		
C-222	如果能夠這樣子在藝術街整條都你不要有車輛這些來干擾。	●		●		
C-223	我想民眾是如果說午後在那邊(步行街)散步，那應該是很好的一個美景。	●		●		●
C-224	所以說應該有這幾個方向，慢慢的來執行，應該會有另一種生機。	●				
C-225	去藝術街喝咖啡，然後吃個飯，那邊散步是一個很好的意境。			●		●
C-226	因為我常常也這樣子，有時候我以前晚上帶小朋友去那邊去吃個飯，然後去喝個咖啡去逛一逛。			●		
C-227	你說一些服飾店的部分，其實服飾店會變成說，就是有很多的開店。			●		
C-228	有的要做生意，他可能沒有什麼技術，或是說他想要開個店。			●		
C-229	女孩子有時候想要開店，她就很喜歡穿漂亮的服裝，就「我賣衣服就好了」。			●		
C-230	可能有的會是這樣子，所以說也造成了說很多服飾店它會一直，有的他一頭熱想去開。			●		
C-231	然後就，你畢竟服飾店也不是那麼，你沒有品牌，或是說你沒其他的特色。			●		●
C-232	你像一般的小服飾店，那就沒有什麼特色了，所以說它也不好生存。			●		●
C-233	當然這個可以慢慢來規畫，如果說他們真的是自治會有到那種程度。	●			●	
C-234	你如果說真的是他(自治會)的 sence(觀念)，他有辦法 handle(處理)整個商圈的經營型態的部分。	●			●	
C-235	來建議說這個開什麼店，他們可以吸引招商什麼的店進來，那是最好的。	●	●	●		
C-236	不過我想這個在那邊推動是一個很大的挑戰。		●			

C-237	你在藝術街要有什麼吸引力進來？					●
C-238	如果他們自治會，商圈成立他們有這樣的族群，有這樣的商業的一些資源，我想以後來規畫這個他們應該是有可能的。	●			●	
C-239	我是建議他們說可以這樣子來做。	●	●			
C-240	在柯比意廣場有幾個店家它是賣那個「蛇板」。			●		
C-241	其實我以前也有想過，其實就是沒有用地。	●		●		
C-242	不然我一直在想我如果在那邊我來做一個小型的極限運動場。	●		●		
C-243	在那邊就會有一點點不一樣的東西(極限運動場)出來。	●		●		●
C-244	就是沒有用地，不然我會想去規畫它。	●		●		
C-245	你要去那邊就是要跟別人比較不一樣。	●				●
C-246	其實你說藝術街真的能夠達到那種程度的部分，真的是就是要找一些藝術家又不缺錢的。	●			●	
C-247	真的是說有的他(藝術家)到了一段年紀，他也可能不會去做那個了。				●	
總　計	**總斷句數：448 句**	113	61	168	54	52

附錄 3：遊客斷句編碼表

D1. 平日遊客：中年女性						
斷句編號	口語內容	在地資源		整體評價		未來發展
		硬體建設	主觀印象	魅力因素	減分因素	期待內容
D1-02	上面的停車場(停車)。	●				
D1-03	付錢的都好停(停車場)(環境意象)。	●	●	●		
D1-04	好走(人行道)(環境意象)。	●	●	●		
D1-05	沒有太大影響(公共設置物)。	●				
D1-06	有注意的話就還好啦(人行道)。	●		●		
D1-07	算 OK 吧(休憩設施)。	●		●		
D1-08	有綠化嗎？		●		●	
D1-09	沒有太大的感覺耶(環境綠化)。		●		●	
D1-10	目前還看不出太明顯的感覺(環境綠化)。		●		●	
D1-11	這個廣場沒有太特別的感覺，不會特別走進來。	●	●		●	
D1-12	因為我每次來都不太會走進來這邊(廣場)。	●			●	
D1-13	比較文藝一點的吧(當地活動)。					●
D1-14	整個街道的感覺，就蠻舒服的。		●	●		
D1-15	整個氣氛的感覺。		●	●		
D1-16	最好是不要有車子啦，車子不要開進來。	●			●	●
D1-17	在裡面逛街的比較不危險(環境意象)。		●		●	●
D1-18	本身來到這邊的話就是有一種藝術的氣息。		●	●		
總　計	總斷句數：36 句	9	10	7	7	3

D2. 平日遊客：青年男性

斷句編號	口語內容	在地資源		整體評價		未來發展
		硬體建設	主觀印象	魅力因素	減分因素	期待內容
D2-02	春水堂前面(停車)。	●				
D2-03	平日算好停吧(環境意象)。	●	●	●		
D2-05	算好走啦(人行道)(環境意象)。	●	●	●		
D2-06	是還好，沒有太大影響(設置物)。	●		●		
D2-07	會跟車會有一點就是交會(步行危險)。	●			●	
D2-08	因為其實就是，你看就是有春水堂，那邊還有全家，還有這邊還有地方坐(休憩設施)。	●		●		
D2-09	算還 OK 啦(休憩設施)(環境意象)。	●	●	●		
D2-10	還不錯(環境綠化)。		●	●		
D2-11	(廣場)可能需要整修吧(環境意象)。	●	●		●	●
D2-12	因為我覺得它(廣場)有點太老舊了。	●	●		●	
D2-13	而且尤其是裡面暗暗的(商家)。	●	●		●	
D2-14	晚上的話應該是會亮啦，可是下午的話暗暗的，會讓人家覺得就是有一種不太有安心的感覺(商家)。	●	●		●	
D2-15	像是偶像明星的造勢活動一定吸引人氣的吧。					●
D2-16	其實應該是說，只要有活動，如果是真的是大家都覺得 OK 的話，就應該會來。					●
D2-17	所以應該是不限於什麼活動，只要不要太吵的。					●
D2-19	像性太一樣了(商家)，就是幾乎賣的都是類似的東西，選擇也是還不夠多(商家意象)。	●	●		●	
D2-21	我覺得主要是，這裡的像電線桿。	●				
D2-22	上面的電線就是感覺會讓人家覺得很雜(街道景觀)，很雜的時候其實會對一般人就是感覺心理上會有一點壓迫感。	●	●		●	
D2-23	會覺得說這裡很髒亂、就是很暗(街道景觀)。		●		●	
D2-24	尤其是上面，其實你看都是那種鐵窗有很多凸出來(街道景觀)。	●	●		●	
D2-25	然後就是看起像一般住家，所以其實會讓人家覺得說，這個地方感覺上不太那麼像是一個商業區(街道景觀)。		●		●	
D2-26	尤其是這地方又比較稍微偏比較離那邊東海商圈遠一點，基本上知道的人就是也是有限。		●		●	
D2-27	可是所以我覺得就是門面有點要稍微的，要讓人家覺得就是乾淨一點(街道景觀)。		●		●	●

D2-28	不要就是那麼多的電線全部積在那邊，其實有時候人家也怕會掉下來，有危險的感覺(街道景觀)。	●	●		●	●
總　計	總斷句數：57 句	16	16	6	13	6

D3. 平日遊客：老年男性

斷句編號	口語內容	在地資源		整體評價		未來發展
		硬體建設	主觀印象	魅力因素	減分因素	期待內容
D3-03	不太好停耶(停車)(環境意象)。	●	●		●	
D3-04	他缺點就這個要找個停車位(不好找)。	●			●	
D3-05	不好停耶，它這個也沒有什麼停車場，所以說找很久，這比較麻煩(環境意象)。	●	●		●	
D3-06	路面我感覺這個各有創意，還不錯啦(街道景觀)。	●	●	●		
D3-07	路面可以啦。	●		●		
D3-08	這個磚你這個高高低低的，上了年紀的可能會比較危險(人行道)(環境意象)。	●	●		●	
D3-09	自己也是要稍微注意一下啦，有的那個車子(步行危險)。	●			●	
D3-10	自己要注意啦，稍微注意一下啦(交通安全)。	●			●	
D3-11	有時候要走會碰到(路霸)，這個路不是很寬啦(街道景觀)。	●	●		●	
D3-12	所以(交通)安全也要注意。	●			●	
D3-13	這個好，這個好(公共座椅)。	●		●		
D3-14	像我們比較上了年紀，它有比較休息一下，這個有需要(公共座椅)。	●		●		
D3-15	造景不錯(植栽)。	●	●	●		
D3-17	它這個是好久才有一個像這樣休憩的地方(公共座椅)。	●			●	
D3-18	它那個沒桌子(廣場石椅區)。	●			●	
D3-19	有時候你在買個什麼東西吃的，那個可以放的地方，像那個就有啦(春水堂戶外用餐區)，那就會比較方便啦(環境意象)。	●	●	●		
D3-20	還蠻不錯的，各有特色(環境綠化)。		●	●		
D3-21	感覺還蠻好的(環境綠化)。		●	●		
D3-22	我就跟我小妹說：「妳來住這邊也不錯喔。」。		●	●		
D3-23	它這邊房子還不算很貴啦(環境意象)。	●	●	●		
D3-24	因為走出來，它這個不會感覺很單調，就各有特色，好像在逛那個什麼(街道景觀)。		●	●		

D3-25	不錯啦，蠻有藝術感的(環境綠化)。		●	●		
D3-26	它(廣場)這個沒有涼亭，涼亭可能會阻礙那個景觀。	●	●		●	
D3-27	就怕那個夏天，你在(廣場)外面啦，我感覺啦(炎熱)。	●	●		●	
D3-28	你如果(廣場)上面可能有個什麼東西可以(遮陽)。	●				●
D3-29	你現在這個天氣還好啦，夏天可能會，好像天氣熱，可能會受不了。		●		●	
D3-30	我是建議，有時候弄個什麼那個(廣場)上面遮陽的，有的話是比較好啦。	●				●
D3-31	但是人家不曉得會不會反對，它(遮陽)就擋到人家視線啦，這個還是有個問題，還要再研究。					●
D3-32	就停車，主要停車可能問題。	●			●	
D3-33	因為大家很多，大部分每個家庭都有汽車，停車問題比較會傷腦筋(環境意象)。	●	●		●	
D3-34	辦活動假如比較大型，人多就停車發生問題了。	●			●	
D3-35	交通問題要改善啦。	●			●	●
D3-36	什麼特賣會，或者什麼。			●		●
D3-37	這種類還蠻多的啦(商家)。	●		●		
D3-38	各種商品好像就分門別類，好像蠻多元化的(商家)(商家意象)。	●	●	●		
D3-39	主要是交通啦(停車不便)。	●			●	
D3-40	它這個(人行道)高高低低差這麼多，怕比較會有危險性啦(環境意象)。	●	●		●	
D3-41	怕小朋友有時候，或者上了年紀的，不小心踢到這個會不會跌到受傷(人行道)(環境意象)。	●	●		●	
D3-42	主要是這一段啦(步行危險)，它有的地方不會啦(人行道)。	●			●	
D3-43	這個有時候會發生意外(人行道)(環境意象)。	●	●		●	
D3-44	有辦什麼活動，有時候辦個什麼活動。					●
總　計	**總斷句數：96 句**	32	21	15	22	6

D4. 平日遊客：中年男性

斷句編號	口語內容	在地資源		整體評價		未來發展
		硬體建設	主觀印象	魅力因素	減分因素	期待內容
D4-02	停車場。	●				
D4-03	還可以(好停車)。	●		●		
D4-05	就是進來走走看看(魅力因素)。			●		
D4-06	來這邊逛逛看看。			●		
D4-07	還不錯(路好走)(環境意象)。	●	●	●		
D4-08	都會(走人行道和柏油路)。	●			●	
D4-09	如果說沒有車子的時候，可能還是會走柏油路比較多吧。	●			●	
D4-10	畢竟走那邊(人行道)沒有平整好的話，彎來彎去的，沒有注意到還是會跌倒。	●	●		●	
D4-11	石塊突起，沒有平整處理的話，有時候真的分心的話會沒注意到(人行道)。	●			●	
D4-12	我覺得還不錯(人行道設置物)(環境意象)。	●	●	●		
D4-13	造型也不難看，又有分流的感覺(人行道設置物)。	●	●	●		
D4-14	應該還好吧，因為這些椅子也還都可以坐，都還好(人行道座椅)。	●		●		
D4-16	我覺得這邊好像沒這麼冷吧。		●			
D4-17	櫻花好像要比較冷一點的地方可能會比較好一點。	●				
D4-18	因為植物應該都有它的地域性的問題吧。	●				
D4-19	也不一定啦，可能搞不好，似乎植物都有它自己適應的一套。	●				
D4-20	可是大部分來講應該是可能沒有那麼好(櫻花樹)。	●			●	
D4-25	來這邊逛逛。			●		
總　計	總斷句數：32 句	14	5	8	5	0

D5. 平日遊客：老年女性

斷句編號	口語內容	在地資源		整體評價		未來發展
		硬體建設	主觀印象	魅力因素	減分因素	期待內容
D5-02	柯比意廣場而已(魅力因素)。	●		●		
D5-03	就是玫瑰園(魅力因素)。	●		●		
D5-04	春水堂啦(魅力因素)。	●		●		
D5-05	其他的也沒有什麼，店面也就是這樣子而已。		●		●	
D5-06	路還是可以啦。	●		●		
D5-07	這要照規矩啦(車輛違規)。				●	
D5-08	這單行道啦，這個可以往上去，不行往下去，警察會抓啦(車輛違規)。	●			●	
D5-09	都是一樣，都有走(人行道和柏油路)。	●			●	
D5-10	現在就在修理啊(馬路)。	●				
D5-11	我說再過幾天就母親節，這路也弄的漂亮一點。	●				●
D5-12	這樣弄的亂七八糟的(路面整修)。	●	●		●	
D5-13	比較不方便啦(路霸)。		●		●	
D5-14	他現在弄的亂七八糟，我們走上面(路面整修)。	●	●		●	
D5-15	會啊，危險，當然(走柏油路)(環境意象)。	●	●		●	
D5-16	對，對，對，上坡會比較不好走(路面)。	●	●		●	
D5-17	有時候路壞掉的話，下雨天比較麻煩。	●			●	
D5-18	人家騎車子比較快的，那水會噴到人家啦(路面積水)。	●			●	
D5-20	我想是那個座椅沒有用(人行道座椅)(環境意象)。	●	●		●	
D5-21	大部分都壞掉啦(人行道座椅)(環境意象)。	●	●		●	
D5-22	很多都壞掉啦，你看這邊也是一樣，這旁邊都壞掉。(人行道座椅)(環境意象)。	●	●		●	
D5-23	那石球不好。	●			●	
D5-24	不好看啦(石球) (環境意象)。	●	●		●	
D5-25	我之前就被那個石球絆倒。	●			●	
D5-26	因為車子多，我們要讓它過，不小心就腳沒有跨過去，沒有跨好啦(石球)。	●			●	
D5-27	這樣子跌倒(石球絆腳)。	●			●	
D5-28	那個沒有用(石球)。	●			●	
D5-29	不好看(石球)(環境意象)。	●	●		●	
D5-30	花圃還可以啦，花圃比較大，比較清楚，對不對。	●		●		

D5-31	就那個圓球比較不好。	●			●	
D5-32	還可以啦(休憩設施)。	●		●		
D5-33	早上空氣蠻好啦(環境意象)。		●	●		
D5-34	我們早上都起來這裡運動。			●		
D5-35	這樣子，可以啦(廣場)。	●		●		
D5-36	狗大便太多了(環境意象)。		●		●	
D5-37	植物還可以啦。	●		●		
D5-38	種這個櫻花樹在這裡很漂亮(環境意象)。	●	●	●		
D5-39	這如果到明後年會更漂亮(櫻花樹)。	●		●		●
D5-40	這剛剛種的(櫻花樹)。	●				
D5-41	蠻熱鬧啦(廣場)(環境意象)。	●	●	●		
D5-42	小孩子，禮拜六、禮拜天，那個玩 (廣場)。	●		●		
D5-43	對，很多人，還可以啦(廣場)。	●		●		
D5-44	安全啦(廣場)(環境意象)。	●	●	●		
D5-45	就是人家唱歌啊，就是歌星來這邊唱歌啊。			●		
D5-46	有時候那個台中市那邊有人來這裡唱歌啊，表演啊。			●		
D5-47	這樣子人就比較多了(環境意象)。		●	●		
D5-48	狗大便最不好(環境意象)。		●		●	
D5-49	車子亂放最不好(環境意象)。		●		●	
D5-51	不規矩(車子亂停)(環境意象)。		●		●	
D5-52	我們每天下午都在這邊集合(聊天)。			●		
總　計	**總斷句數：104 句**	36	20	20	26	2

D6. 平日遊客：青年女性						
斷句編號	口語內容	在地資源		整體評價		未來發展
		硬體建設	主觀印象	魅力因素	減分因素	期待內容
D6-03	就它都有規畫的很好啊(環境意象)。		●	●		
D6-04	那個街道啊(魅力因素)。	●		●		
D6-05	然後店也有它自己的特色(環境意象)。	●	●	●		
D6-06	其實我覺得像這種不是很好走(人行道)(環境意象)。	●	●		●	
D6-07	就是看人行道有沒有停機車(就走人行道)。	●			●	
D6-08	因為感覺這邊還是比較危險一點(柏油路)(環境意象)。	●	●		●	
D6-09	我是覺得，那個比較多餘(石球)。	●			●	
D6-10	椅子可以留。	●		●		
D6-11	我覺得比起其他地方是還蠻完善的(休憩設施)(環境意象)。	●	●	●		
D6-12	可以再種多一點的樹。	●				●
D6-13	就沒有遮陰的感覺(環境意象)。		●		●	
D6-14	是還不錯(花圃)。	●		●		
D6-15	還可以(環境綠化)。		●	●		
D6-16	看起來應該還不錯，因為都有老人、小孩在那邊(廣場)(環境意象)。	●	●	●		
D6-17	特賣會。					●
D6-18	音樂會，然後結合公益活動。					●
D6-19	可能人行道上都會停機車。	●			●	
總　計	總斷句數：37 句	12	8	8	6	3

D7. 假日遊客：青年女性

斷句編號	口語內容	在地資源		整體評價		未來發展
		硬體建設	主觀印象	魅力因素	減分因素	期待內容
D7-02	停在 7-11(前面)。	●				
D7-03	停在紅線的 7-11(前面)。	●			●	
D7-04	方便(停車)(環境意象)。	●	●	●		
D7-07	好(人行道)(環境意象)。	●	●	●		
D7-08	人行道。	●				
D7-09	就走柏油路。	●				
D7-14	很好(公共座椅)(環境意象)。	●	●	●		
D7-15	累了可以休息(公共座椅)。	●		●		
D7-17	還可以吧(休憩設施)。	●		●		
D7-18	很好(櫻花樹)(環境意象)。	●	●	●		
D7-19	還可以(環境綠化)。	●	●	●		
D7-21	有小朋友在那邊玩很危險(廣場)(環境意象)。	●	●		●	
D7-22	都是階梯耶(廣場)。	●			●	
D7-23	椅子吧(魅力因素)。	●		●		
D7-24	可以休息的感覺(廣場石椅)。	●	●	●		
總　計	總斷句數：34 句	15	7	9	3	0

D8. 假日遊客：青年男性

斷句編號	口語內容	在地資源		整體評價		未來發展
		硬體建設	主觀印象	魅力因素	減分因素	期待內容
D8-02	停在巷子裡面。	●				
D8-03	路邊(停車)。	●				
D8-04	應該本來就想說喝個茶，所以這裡環境比較舒服。		●	●		
D8-05	不大好走(人行道)(環境意象)。	●	●		●	
D8-06	比較危險(人行道)(環境意象)。	●	●		●	
D8-07	一半一半(走人行道與柏油路)。	●				
D8-08	做的好當然是選擇人行道。	●				
D8-09	我覺得反而走柏油路會比走人行道安全。	●	●		●	
D8-10	剛剛就看到有人差點跌倒(人行道)。	●			●	
D8-11	除非你那個機車把它架高。	●				●
D8-13	也應該說就跟這邊有點，破壞到它的美感(街道景觀)。		●		●	
D8-14	人家遊客來，其實最重要也就這麼一小段而已(人行道)。	●				
D8-15	就擋成這樣，其實當然不太好(人行道)。	●	●		●	
D8-16	就跟人行道的危險程度應該差不多(路面不平)。	●	●		●	
D8-17	走柏油路吧。	●				
D8-18	還可以(人行道設置物)。	●		●		
D8-19	但是，就是盡量人行道要留寬一點。	●				●
D8-20	有綠化的感覺。		●	●		
D8-21	路面倒還好，如果以我現在看到的這些都還好。	●		●		
D8-22	但是你那個圓球，倒是沒有特別必要。	●			●	
D8-23	但是這個座椅我覺得是可以留著(公共座椅)。	●		●		
D8-24	我覺得還可以耶(休憩設施)。	●		●		
D8-25	但是像這種的話其實應該是要在裡面吧(公共座椅)。	●				●
D8-26	這樣子比較安全(公共座椅)。	●				●
D8-27	這樣做就有點奇怪(公共座椅)(街道景觀)。	●	●		●	
D8-28	椅子做在外面，靠外面就很奇怪(公共座椅)(街道景觀)。	●	●		●	
D8-29	美觀度是 OK，只是以實用上來講，是比較危險一點(公共座椅)(街道景觀)。	●	●	●	●	
D8-31	因為這樣子也不適合坐久啦(公共座椅)。	●			●	
D8-32	我覺得可以，它人行道寬一點的話，我覺得是可以種樹啦。	●		●		●
D8-33	種種樹。	●				●

D8-34	比如說，什麼櫻花啦，那一些。	●				●
D8-36	剩下的應該是電線。	●				
D8-37	就是電線也是蠻醜的(街道景觀)。	●	●		●	
D8-38	要不然的話起碼，應該要有一個標準化啦(電線)。	●				●
D8-40	那剛來感覺還不錯啦(街道景觀)。		●	●		
D8-41	那是你要長期，要讓外地人來的話，還是要改善(街道景觀)。		●			●
D8-42	而且，也太短了(街區範圍)。		●		●	
D8-43	藝術街一小段而已(街區範圍)。		●		●	
D8-44	大顆樹可以稍微種個幾顆啦。	●				●
D8-45	主要大概一段路就種個一顆(樹)。	●				●
D8-46	我覺得這個意象還不錯(櫻花樹)。	●	●	●		
D8-47	太老舊了(廣場意象)。	●	●		●	
D8-48	看起來跟第一廣場沒有什麼兩樣(廣場)。	●	●		●	
D8-51	可以改善一下這邊的，就是外在的部分(廣場)(環境意象)。	●	●			●
D8-52	還有很大的空間(廣場)。	●			●	
D8-53	磁磚什麼都可以換掉(廣場)。	●				●
D8-54	其實我覺得不大適合耶(廣場玩蛇板)(環境意象)。	●	●		●	
D8-55	看起來就跟所謂的藝術氣息脫離了(廣場玩蛇板)。	●	●		●	
D8-56	那就感覺落差很大(廣場)。	●	●		●	
D8-57	我覺得休閒應該要另外一個地方用。					●
D8-58	比如說做一個小公園。	●				●
D8-59	或者是說有遮的到太陽的小公園。	●				●
D8-60	小小的也沒關係(公園)。	●				●
D8-61	大概這麼小的也沒關係(公園)。	●				●
D8-62	那這個地方，我覺得還真的是要改善一下(廣場意象)。	●	●			●
D8-63	比如說有人在這邊唱歌(廣場)。	●				●
D8-64	彈吉他、唱歌。					●
D8-65	就街頭藝人那種。					●
D8-66	我還是覺得，要有跟音樂相關的。					●
D8-68	我還是覺得這個廣場比較不滿意。	●			●	
D8-69	脫離了，變成兩個世界(廣場意象)。	●	●		●	
D8-70	而且現在這附近其實應該說年輕人，就是說大學生比較少。		●			
D8-71	所以常常可看到吵吵鬧鬧，雖然說也不是說不好，可是就沒有那種藝術街的感覺(廣場意象)。	●	●		●	
D8-73	來的話也是頂多想說久久一次啦。				●	
D8-74	也不會想要每天來。				●	
D8-75	可能就是想要放鬆一下(環境意象)。		●	●		
D8-76	至少這邊氣息也還算是不錯。		●	●		
總　計	**總斷句數：141 句**	51	29	12	26	23

D9. 假日遊客：中年男性

斷句編號	口語內容	在地資源		整體評價		未來發展
		硬體建設	主觀印象	魅力因素	減分因素	期待內容
D9-02	巷子裡(停車)。	●				
D9-03	剛好有空位(停車)。	●				
D9-04	應該講說，有很多很多不同的東西啦(商家)(商家意象)。		●	●		
D9-05	然後又集中在這邊(商家)(環境意象)。	●	●	●		
D9-06	像小姐喜歡買什麼東西都很方便(商家)(環境意象)。	●	●	●		
D9-07	當然還有就是，因為沒有來過，所以過來看看。			●		
D9-09	剛下來有點像說好像台北天母，有一點點。		●			
D9-10	OK(人行道)。	●		●		
D9-11	主要走人行道。	●				
D9-12	如果真是阻礙就繞到柏油路。	●			●	
D9-13	柏油路你說這車道又擠一輛車通行會(步行危險)。	●			●	
D9-14	好多了(廣場旁人行道)	●		●		
D9-15	當然是路的問題(步行危險)。	●			●	
D9-16	很多休息的地方都 OK(環境意象)。	●	●	●		
D9-17	如果可以集中一個地方(停車)，相對市容會比較整潔。	●	●			●
D9-18	那對這邊的藝術街有加分作用(街道景觀)。		●			●
D9-19	那就盡速請台中市政府養工處趕快來處理(路面不平)。	●			●	●
D9-20	只好為了自身安全，先讓它(車輛)過。	●			●	
D9-21	不會跟它(車輛)爭。	●				
D9-22	來這邊慢慢走，也不趕。			●		
D9-23	以目前現在，車輛好像不是很多。	●	●	●		
D9-30	那白天應該一些店家也還沒開門	●	●			
D9-31	有些造景(設置物)。	●	●			
D9-32	可是我會覺得有些是防止車子停進來(設置物)。	●	●			
D9-33	因為我剛剛看那一輛就停那裡(人行道)，我不曉得。	●			●	
D9-34	有些如果不守規矩的，就先臨停(汽車)，就開上去了(人行道)。	●			●	
D9-35	如果有一點綠化會更好。		●			●
D9-36	雖然好像只有這幾棵而已(櫻花樹)。	●	●			
D9-37	來這邊逛街，走久了腿也會酸，那偶爾休息一下也是 OK 的。			●		
D9-38	我會覺得有些店家是把東西都挪到(人行道)。	●			●	

D9-39	怎麼講，雖然很多店家都這樣(路霸)。	●			●	
D9-40	不管哪邊到哪裡都是這樣(路霸)。				●	
D9-41	那當然是不好(路霸)。				●	
D9-42	還不至於有多大影響(設置物)。	●				
D9-43	就景觀綠化(植栽)。		●			
D9-44	如果下雨天怎麼辦(休憩設施)？	●				●
D9-45	就沒地方(休憩) 。				●	
D9-47	那你雖然休息，這也是濕的(公共座椅)。				●	
D9-49	以如果人數然後以這個空間，是 OK(休憩設施)。	●		●		
D9-52	如果這些可以拿掉會更好(電線)。	●				●
D9-53	那是要一段時間(電線地下化)(街道景觀)。	●	●			●
D9-56	那個要時間(電線地下化)(街道景觀)。	●	●			●
D9-57	所以就是要政府去規劃(硬體設施)。	●				●
D9-58	這是櫻花嗎？	●				
D9-59	有花是不錯(街道景觀)。	●		●		
D9-60	你種櫻花也會吸引一些遊客。	●		●		●
D9-62	你說除了武陵農場，哪邊，如果這邊(種櫻花)。	●				●
D9-63	因為它這個好像整條都是櫻花樹。	●	●			
D9-64	感覺不怎麼優耶(廣場)。	●	●		●	
D9-65	我覺得那邊應該講說一樓商家那些擺設，不是，我不曉得，我不會想說進去那邊(廣場)。	●	●		●	
D9-66	然後，真的不怎麼優(廣場商家)(商家意象)。	●	●		●	
D9-67	座椅是 OK(廣場)。	●		●		
D9-68	小朋友要玩我不曉得對行人，也會有危險(廣場)(環境意象)。	●	●		●	
D9-71	除非藝術節。					●
D9-72	特賣，也蠻怪的。					●
D9-73	沒什麼感覺，覺得說這邊辦什麼活動會吸引我。				●	
D9-75	你說音樂會場地又太小(廣場)。	●			●	●
D9-76	我覺得那個廣場是太小，腹地太小。	●	●		●	
D9-77	然後，侷限在這個空間，其他人要進來(廣場)。	●			●	
D9-78	比如音樂會。					●
D9-82	比如說爵士樂或薩克斯風那種感覺的應該就會還不錯。					●
D9-83	我不曉得，像在這邊都是商家和住家。	●	●			
D9-86	如果交通，這很難講，如果車子，這裡有規畫說封路會比較好。	●				●
D9-87	對行人會比較好(車輛進入)。					●
D9-88	那應該是會更多人來(車輛進入)。					●
D9-90	以我個人，老實說因為我不喜歡逛街，所以說是不會想再來，我喜歡去休閒的。				●	
總　計	**總斷句數：124 句**	46	23	14	22	19

D10. 假日遊客：老年男性

斷句編號	口語內容	在地資源		整體評價		未來發展
		硬體建設	主觀印象	魅力因素	減分因素	期待內容
D10-02	停在停車場。	●				
D10-03	還可以啦(好停車)。	●		●		
D10-04	這裡環境不錯。		●	●		
D10-05	路在做規劃較整齊(環境意象)。	●	●	●		
D10-06	可以(路好走)。	●		●		
D10-07	走人行道。	●				
D10-08	各有特色(人行道)(街道景觀)。	●	●	●		
D10-09	徒步區的話上面最好是不要有車子闖上來，這樣子(建議封街)。	●			●	●
D10-10	這不好走，就走比較好走的(走柏油路)(環境意象)。	●	●		●	
D10-11	椅子很好，走累了可以坐下來休息(人行道座椅)(環境意象)。	●	●	●		
D10-12	可以啦，沒關係(人行道設置物)(環境意象)。	●	●	●		
D10-13	還不錯(休憩設施)(環境意象)。		●	●		
D10-14	還可以(環境綠化)。		●	●		
D10-15	還不錯，有綠意。		●	●		
D10-16	孩子玩不錯(廣場)(環境意象)。	●	●	●		
D10-17	可以啦，這樣就可以了(廣場)(環境意象)。	●	●	●		
D10-19	上面停車場要標示清楚一點。	●			●	●
D10-20	找不到停車場。	●			●	
D10-21	到上面才看到，喔，那邊有停車場。	●			●	
D10-22	你進來的時候就要標示說哪邊有停車場。	●				●
D10-23	比較不會從這邊(廣場)起來，你上來就可以停車了。	●			●	●
D10-24	好像很清爽啦(街道景觀)。		●	●		
總　計	總斷句數：52 句	17	12	13	6	4

D11. 假日遊客：老年女性

斷句編號	口語內容	在地資源		整體評價		未來發展
		硬體建設	主觀印象	魅力因素	減分因素	期待內容
D11-02	停在那個停車場。	●				
D11-03	不好停車，都在裡面(停車場都在巷子裡)(環境意象)。	●	●		●	
D11-04	不好找停車位(環境意象)。	●	●		●	
D11-05	就看孫子在那裡玩(廣場)。	●		●		
D11-06	有一個廣場給小朋友玩這樣是很好(環境意象)。	●	●	●		
D11-07	好(路好走)(環境意象)。	●	●	●		
D11-08	是比較沒有像我們那裡說有人行道有那個庭院的那一種，這樣是比較危險(環境意象)。	●	●		●	
D11-09	要走到車道上。	●			●	
D11-10	小朋友這樣跑來跑去是比較危險(有車輛進入)(環境意象)。	●	●		●	
D11-12	這樣是對行人比較不方便的地方(路霸、破損)(環境意象)。	●	●		●	
D11-13	比較困擾(路不好走)(環境意象)。	●	●		●	
D11-14	比較危險(人車共道)(環境意象)。	●	●		●	
D11-18	車子在走，行人比較不安全(環境意象)。	●	●		●	
D11-19	那個球這樣好嗎(石球)？	●			●	
D11-20	有時候晚上，會比較不明顯，會撞到(石球)(環境意象)。	●	●		●	
D11-21	當然空間越多越好(休憩空間)。	●				●
D11-22	讓小朋友在那裡玩有足夠的場地，小孩子比較好。	●				●
D11-23	有是最好，你說這個，我們也不敢要求說要很寬大什麼的，小朋友玩，就這樣有就好啦(廣場)。	●		●		
D11-24	不錯啦，讓人家坐一下，休息一下(廣場石椅)(環境意象)。	●	●	●		
D11-25	看小朋友在那裡玩(廣場)。	●		●		
D11-26	還好啦(環境綠化)。		●	●		
D11-27	就給小朋友玩，大人在這裡休息這樣(廣場)(環境意象)。	●	●	●		
D11-28	廣場太小(環境意象)。	●	●		●	
D11-29	容納沒有很多人(廣場)(環境意象)。	●	●		●	
D11-30	希望電線地下化(街道景觀)。	●	●			●
總　計	**總斷句數：65 句**	24	17	8	13	3

D12. 假日遊客：中年女性

斷句編號	口語內容	在地資源		整體評價		未來發展
		硬體建設	主觀印象	魅力因素	減分因素	期待內容
D12-02	停車場。	●				
D12-03	好停(車)(環境意象)。	●	●	●		
D12-04	特別(商家型態)(商家意象)。	●	●	●		
D12-05	商店特別(商家意象)。	●	●	●		
D12-07	都帶小朋友來玩這個比較多(廣場)。	●		●		
D12-08	都會去看看、走走(商店)。	●		●		
D12-09	OK(路面)(環境意象)。	●	●	●		
D12-10	都有(走人行道和柏油路)。	●			●	
D12-11	因為只有一段有行人道而已。	●			●	
D12-12	行人道就沒什麼車子(街道景觀)。	●	●	●		
D12-13	都會停車或是什麼(石磚人行道)(街道景觀)。	●	●		●	
D12-14	就一定都要走到出來(柏油路)。	●			●	
D12-15	都一定要走出來(柏油路)。	●			●	
D12-16	對啊，就是你要走馬路了。	●			●	
D12-17	就閃過(破損路面)。	●			●	
D12-18	就走馬路。	●			●	
D12-19	OK(人行道設置物)(環境意象)。	●	●	●		
D12-20	OK，還可以，只是不要擋到路就 OK 了(人行道設置物)(環境意象)。	●	●	●		
D12-21	只要你的通行順暢就可以了(人行道)(環境意象)。	●	●	●		
D12-22	OK，就是蠻多地方都可以休息(休憩設施)(環境意象)。	●	●	●		
D12-23	可以(休憩設施)(環境意象)。	●	●	●		
D12-24	也不錯，都有種東西(花圃)(環境綠化)。	●	●	●		
D12-25	可以，就是要整理就是了(花圃)(環境綠化)。	●	●	●		●
D12-26	要整理要漂亮這樣子(花圃)(環境綠化)。	●	●			●
D12-27	都可以，只要有特色的就好了(花圃)(環境綠化)。	●	●			●
D12-28	也許它是配合他商店的特色(花圃)(環境綠化)。	●	●	●		●
D12-29	那個時候來好像隱隱約約有看到一個還不錯耶(櫻花樹)(環境綠化)。	●	●	●		
D12-30	很漂亮(櫻花樹)(環境意象)。	●	●	●		
D12-31	可是它沒有很茂盛(櫻花樹)(環境綠化)。	●	●		●	

D12-32	櫻花不錯，因為這裡比較冷，還蠻適合種櫻花的。	●	●	●		
D12-33	OK，這就算統一了，對不對(櫻花樹)。	●	●	●		
D12-34	不錯，就是覺得還要再多幾個吧(廣場)(環境意象)。	●	●	●		●
D12-35	就是人家休息時間，就是只能坐旁邊的位子(廣場)(環境意象)。	●	●		●	
D12-36	因為你這樣開放空間，這會聚集人(廣場)(環境意象)。	●	●	●		
D12-37	然後活動才會聚集人(廣場)。	●		●		
D12-39	那如果有廣場當然會有一個凝聚力(環境意象)。	●	●	●		
D12-40	就是大概再一個、兩個，然後定時辦個活動這樣子(廣場)。	●				●
D12-41	還不錯(廣場)(環境意象)。	●	●	●		
D12-42	只是上面生意不好，我不知道為什麼(廣場商家)？	●	●			
D12-44	你看這個陶藝這個(商家)還好耶，因為它都是藝品店。	●		●		
D12-45	只是人家都走馬路比較多，走進來比較少(廣場商家)。	●			●	
D12-46	我覺得還好，每間都有每間的特色(商家意象)。	●	●	●		
D12-47	當然是說有小孩子的活動，家長是一定就會帶小孩子來。					●
D12-51	親子類型的活動。					●
D12-52	就是可以陪小朋友一起參加的(活動)。					●
D12-53	就人行道那裡，就是比較雜亂或者是什麼的(環境意象)。	●	●		●	
D12-54	就會危險，跟人車是共道，這樣比較危險，其他的都還好(環境意象)。	●	●		●	
D12-55	好像少了擋太陽的地方喔。					●
D12-56	遮陽設施好像不夠耶(期待內容)。	●			●	●
D12-57	因為夏天好熱喔。		●			
總　計	**總斷句數：127 句**	45	31	26	14	11

附錄 4：遊客中文問卷

＜東海藝術街觀光魅力評價問卷＞

親愛的受訪者, 您好：

非常感謝您撥空填寫這份問卷！本問卷目的在瞭解遊客對於藝術街各方面的魅力評價。請在閱讀完題目之後，勾選您寶貴的意見，以供本研究參考。
問卷採不記名方式作答，僅供學術使用，個人資料不對外公開，請安心填寫。

敬祝您

闔家平安．旅途愉快

東海大學　工業設計研究所
指導教授　陳明石　博士
研究生　鍾　興　敬上

1 基本資料

問題皆以勾選方式「單選」回答，唯獨最後一題為「可複選」，請將每個答案都填寫完整。

(1)請問您的性別？

□(1)男　□(2)女

(2)請問您的年齡層？

□(1)17 歲以下　□(2)18～24 歲　□(3)25～44 歲　□(4)45～64 歲　□(5)65 歲以上

(3)請問您的教育程度？

□(1)國中(含以下)　□(2)高中(職)　□(3)大學(專)　□(4)碩士以上

(4)請問您的工作型態？

□(1)學生　□(2)上班族　□(3)自由業　□(4)家庭主婦(夫)　□(5)已退休　□(6)其他_____

(5)請問您最喜歡在哪個時段前來藝術街

□(1)平日下午　□(2)平日晚上　□(3)假日下午　□(4)假日晚上

(6)請問您目前的居住地？

□(1)台中市　台中以外：□(2)北部地區(基、北、桃、竹、苗) □(3)中部地區(彰、投、雲、嘉)
□(4)南部地區(南、高、屏) □(5)東部地區(宜、花、東)　□(6)外島地區　□(7)國外

(7) 請問您今天前來的交通方式？

□(1)汽車 □(2)機車 □(3)公車 □(4)步行 □(5)其他_____

(8) 請問您的車輛停放在？(無車輛免填)

□(1)停車場 □(2)藝術街店家前 □(3)附近巷子內 □(4)其他_____

(9) 請問您今天預計在此停留的時間？

□(1)一小時內 □(2)二～三小時 □(3)四小時以上

(10)請問您今天的同行人數？(包含自己)

□(1)一人 □(2)二～五人 □(3)六人以上

(11)請問您曾經來過藝術街的次數？(包含本次)

□(1)第一次 □(2)二～五次 □(3)六～十次 □(4)超過十次

(12)請問您還會想再來藝術街的意願？

□(1)不想再來 □(2)可能再來 □(3)偶而會來(每二～三個月) □(4)會常常來(每個月)

(13)請問您今天前來藝術街的目的？(可複選)

□(1)逛街 □(2)約會 □(3)用餐 □(4)散步或運動 □(5)參加活動 □(6)其他_____

2 魅力與減分因素

勾選出藝術街對於您正面與負面的條件因素，並請各別以複選方式填寫。

請問藝術街吸引您的魅力因素是？(可複選)

□(1)廣場型態與活動 □(2)人行道寬敞無障礙 □(3)環境綠化得宜 □(4)當地活動豐富多元
□(5)人行道平坦整齊 □(6)商家迷人有特色 □(7)休憩設施完善 □(8)人行道美觀有特色
□(9)街道有藝術氣息 □(10)人行道設置物完善 □(11)其他_____

請問藝術街讓您印象不佳的因素是？(可複選)

□(1)難停車 □(2)無實施電線地下化 □(3)走在車道上充滿危險 □(4)廣場規模太小
□(5)街道景觀雜亂 □(6)商家不具有特色 □(7)休憩設施不完善 □(8)商家型態不多元
□(9)廣場破損老舊 □(10)街道平凡沒特色 □(11)廣場有很多人在運動 □(12)人行道崎嶇不平
□(13)環境綠化不足 □(14)人行道上充滿阻礙 □(15)缺乏遮陽設施 □(16)其他_____

3 現況評估

每個假設條件需做出不同感受程度的回答，請以單選方式填寫完整。

當該項條件要素具備時，您會感到…	當「具備」時會感到					當「不具備」時會感到					具備時的「重要程度」				
喜歡：讓您感到喜歡。 理所當然：您覺得是應該的。 無所謂：您覺得沒有差別。 能接受：雖不喜歡，但還可以忍受。 不喜歡：讓您感到不喜歡。	喜歡	理所當然	無所謂	能忍受	不喜歡	喜歡	理所當然	無所謂	能忍受	不喜歡	毫不重要	不重要	普通	重要	很重要
範例：藝術街具備提供遊客接駁班車的服務。	V						V					V			
當地活動															
1. 有舉辦手工產品擺攤販售的「手作市集」。															
2. 有舉辦「音樂會」或「街頭藝人」等表演活動。															
3. 有舉辦「體驗營」或「交流會」等參與類活動。															
4. 有舉辦店家聯合促銷的「特賣會」活動。															
公共設施															
5. 廣場有適合進行休閒活動的空間。															
6. 人行道的路面是平坦整齊、寬敞暢通的。															
7. 藝術街的休憩設施是充足且完善的。															
8. 藝術街有充足且完善的停車空間。															
9. 藝術街有實施禁止車輛進入的措施。															
10. 設置「遮陽設施」，使戶外空間更涼爽宜人。															
街道景觀															
11. 沿街種植的「櫻花樹」可增添街道景觀魅力。															
12. 沿街設置的「花圃」造景可為街道景觀加分。															
13. 藝術街實施電線地下化，使街道整齊美觀。															
14. 藝術街的街道景觀具有獨特的藝術氛圍。															
商家型態															
15. 藝術街的「餐廳」具備迷人的魅力。															
16. 藝術街的「服飾店」具備迷人的魅力。															
17. 藝術街的「藝品店」具備迷人的魅力。															
18. 藝術街能夠有更多不同類型的特色店家。															

期待藝術街能變得更有魅力的改善建議：

本問卷到此結束，非常感謝您的耐心填寫！

附錄 5：遊客英文問卷

< Opinions on the Tourism Charm of Tunghai Art Street >

Dear Interviewee:

We truly appreciate the time you are taking to fill up this questionnaire. The purpose of this questionnaire is to recognize the sightseeing charm evaluation of every component in the Art Street by visitors. Please select your valuable opinions after reading the questions to provide us reference for research. The questionnaire is answered anonymously, and is only used for academic purposes. Personal data will not be exposed, so please don't hesitate to fill out the form.

We wish you and your partner a safe and happy trip.

Graduate Institute of Department of Industrial Design of Tunghai University
Advisor : Ming-shih Chen Ph.D
Graduate student : Shing Chung

1 Basic Information

Please check only one answer per question, except for the last question. You are allowed to answer multiple choices on the last question. Please answer every question.

(1) Gender:

☐(1) Male ☐(2) Female

(2) Age:

☐(1) Below 17 ☐(2) 18~24 Years old ☐(3) 25~44 Years old ☐(4) 45~64 Years old ☐(5) Above 65

(3) What is your highest education level?

☐(1) Junior High or below ☐(2) High school ☐(3) College ☐(4) Master or above

(4) Profession:

☐(1) Student ☐(2) Office job ☐(3) Self employed ☐(4) Housewife/ Househusband
☐(5) Retired ☐(6) Other: _____

(5) Which time period would you like to come to visit Art Street most?

☐(1) Regular afternoon ☐(2) Regular evening ☐(3) Holiday afternoon ☐(4) Holiday evening

(6) Please mark your current residential area:

☐(1)Taichung City , or outside Taichung : ☐(2) North Area (Keelung, Taipei, Taoyuan, Hsinchu, Miaoli)

☐(3) Middle Area (Changhua, Nantou, Yunlin, Chiayi) ☐(4) South Area (Tainan, Kaohsiung, Pingtung)

☐(5) East Area (Ilan, Hualien, Taitung) ☐(6) Off-shore islands ☐(7) Other countries of _____

(7) Please mark the means of transportation you took to get here today:

☐(1) Car ☐(2) Motorcycle ☐(3) Bus ☐(4) Walking ☐(5) Others:_____

(8) Where did you park your car? (Only check if applicable)

☐(1) Parking lot ☐(2) In front of store on Art Street ☐(3) inside close-by alley ☐(4) Others: _____

(9) How long are you planning to stay here?

☐(1) Less than an hour ☐(2) 2~3 hours ☐(3) More than 4 hours

(10) How many people came with you today? (Including yourself)

☐(1) 1 person ☐(2) 2~5 people ☐(3) More than 6 people

(11) How many times have you been to Art Street? (Including this time)

☐(1) First time ☐(2) 2~5 times ☐(3) 6~10 times ☐(4) More than 10 times

(12) Would you come visit Art Street again?

☐(1) Never ☐(2) Possible ☐(3) Sometimes (within 2~3 months) ☐(4) Will come often (every month)

(13) What are your purposes for coming to visit Art Street today? (Multiple choices are allowed)

☐(1) Shopping ☐(2) Dating ☐(3) Having a meal ☐(4) Walking or exercise

☐(5) Participating in activity ☐(6) Others：_____

2 Charm & Poor Factors

Please check negative and positive factors about Art Street with multiple choices.

Please select the charm factors of Art Street that attract you (Multiple choices):

☐(1) Square-style and activity

☐(2) Spacious and accessible sidewalk

☐(3) Appropriate green environment

☐(4) Rich and multivariate local activities

☐(5) Smooth and organized sidewalk

☐(6) Characteristic and charm of stores

☐(7) Complete leisure facilities

☐(8) Beauty and character of sidewalk

☐(9) Art flavor street

☐(10) Complete objects installed on sidewalk

☐(11) Others：_____

Please mark difficulties you encountered on Art Street? (Multiple choices)

☐(1) Parking difficulty

☐(2) Electric wire is not underground

☐(3) Dangerous to walk on driveway

☐(4) Square scale is too small

☐(5) Street landscape is disordered

☐(6) Stores have no characteristic

☐(7) Leisure facility is imperfect

☐(8) Store types are not multivariate

☐(9) Square is old and damaged

☐(10) Street is ordinary and has no character

☐(11) Many people are doing exercise on the square

☐(12) Sidewalk is bumpy

☐(13) Not enough environment greens

☐(14) Full of hinders on sidewalk

☐(15) Lack of shading facilities

☐(16) Others：_____

3 Evaluation for Current Situation

Please answer different levels of feelings on each assumed condition with single choice.

Specified Condition	If exists					If doesn't exist					Importance for existance				
Like : I like it that way Must be : It must be that way Neutral : I am neutral Live with : I can live with it that way Dislike : I dislike it that way	Like	Must be	Neutral	Live with	Dislike	Like	Must be	Neutral	Live with	Dislike	Not important at all	Not important	Fair	Important	Very important
Ex : Art Street provides bus service.	V						V					V			
Local Activities															
1.Host handmade market displaying and selling handmade product stalls.															
2.Host "concert" or "street artist" performing activities.															
3.Host "experience camp" or "interactive meeting" participating activities.															
4.Host "on sale" activity joint-promoted by stores.															
Public Facilities															
5.Square contains space fitted for leisure activities.															
6.Sidewalk pavement is smooth, in-order, spacious, and suitable for walking.															
7.Leisure facilities on Art Street are sufficient and complete.															
8.Sufficient and complete parking spaces in Art Street.															
9.Arrangement of prohibiting cars entering Art Street.															
10.Install shading facility so that outdoor space will be cooler and more pleasant.															

Specified Condition	If exists					If doesn't exist					Importance for existance				
Like : I like it that way Must be : It must be that way Neutral : I am neutral Live with : I can live with it that way Dislike : I dislike it that way	Like	Must be	Neutral	Live with	Dislike	Like	Must be	Neutral	Live with	Dislike	Not important at all	Not important	Fair	Important	Very important
Street Scenery															
11.Plant sakura trees along the street to increase street sightseeing attraction.															
12.Plant flowerbeds along the street can improve the street views.															
13.Implement underground wiring system to make the street organized and beautiful.															
14.Create particular artistic atmosphere on the street sightseeing of Art Street.															
Store Styles															
15.Restaurants have charming attractions on Art Street.															
16.Apparel shops have charming attractions on Art Street.															
17.Art shops have charming attractions on Art Street.															
18.More varying types of characteristic shops on Art Street.															

Suggestions to help Art Street improve and become more attractive:

The questionnaire ends here. Thank you for your time.