

臺中市政府 103 年度市政建設研究論文獎助計畫
論文節錄重點

探討臺中草悟道之魅力

Exploring the Charms of Taichung Calligraphy Greenway

研 究 生：白環禎

指 導 教 授：陳明石

學 校：東海大學

系 所：工業設計研究所

中華民國 103 年 7 月

一、摘要

休閒活動在忙碌緊湊的都市生活中扮演重要的角色，而都市綠帶，具備近距離享受綠意盎然的空間氛圍之功能。同時此類綠帶設計亦兼具都市特有魅力之呈現。本研究探討步行空間中人、物與環境的關係，並提出都市綠帶中區域特色的建立，以塑造藝術、文化氣質與城市魅力的都會特色空間。

臺中以完善的公共建設及深度文化，創造都會綠化再生的城市舞臺；在全球提倡環保之際，大臺中已建築 18 條綠園道；因此本研究選擇其中長達 3.6 公里，從國立科學博物館到國立美術館之間最精華的部分—草悟道為研究場域。草悟道計畫於 101 年 3 月 7 日重新整頓開放啟用，為全台灣最長的城市綠帶。草悟道係以充滿律動與韻律之綠園道為步行空間，沿路串聯起台中多項特色景點，包含國立自然科學博物館、市民廣場、勤美誠品綠園道、藝文空間、國立台灣美術館、美食街等活動結點，尤其晚上和假日常會定點舉辦各式表演、藝文活動，因此吸引許多居民與絡繹不絕的遊客到此放鬆心情、一探究竟。

本研究針對此範圍內從事遊憩的遊客其休閒的屬性及其行為進行研究，並紀錄此範圍內的綠景、設置物及鋪面設計。透過深度訪談法與遊客進行深入的訪談，以瞭解遊客對於都市綠帶的需求與期待，確認出獨具特色的魅力因子。而先前研究常將研究場域與遊客的魅力知覺視為一種線性關係，甚至少對魅力知覺屬性進行深入探討，本研究旨在透過 Kano 品質模式之「雙向問卷」、「決策矩陣」方法檢視遊客對研究場域不同魅力知覺屬性的需求，研究成果預期可提供市府相關單位作為日後草悟道後續規劃與設計之建議與方向。

二、目錄

1、摘要	1
2、目錄	2
3、前言或研究緣起	3
4、研究目的與重點	3
5、文獻探討	3
6、研究設計、研究架構及分析方法等	5
7、分析結果及研究發現	6
8、結論及政策建議	23
9、參考文獻	28

三、前言或研究緣起

台中市草悟道於 102 年 3 月以都市中具有自然、藝文的都市空間之姿開放啟用。園道沿途有著筆直濃密的樹蔭提供遊客休憩，並具有能夠聚集人潮的大型草皮廣場之條件。沿途串聯自然科學博物館、勤美術館、勤美誠品、市民廣場、美術館等周邊景點。不僅是台中市市民周末假日、午後及夜晚的最佳休憩地點，更於「2013 年全球國際宜居城市大賽」中以關懷人文設計榮獲自然類首獎，堪稱是具有競爭力的國際型觀光魅力據點。

然而除了提升區域的魅力外，營造出友善迷人的步行空間也是觀光客願意不斷前來的基本要素。因此將針對遊客對於研究場域中，不同品質的知覺屬性需求進行研究，期待對於台中草悟道的城市行銷，能夠提出更具魅力及競爭力的發展建議及方向。

四、研究目的與重點

台中市政府定義「草悟道」為藝文行草綠園道，將綠園道打造出具有都會特色的綠色空間，期待遊客能感受到台中文化的深度與質感，並流連於擁有藝術氛圍的都市綠帶。然而遊客在體驗政府單位與設計團隊共同規劃出的草悟道中，是否能夠感受到執行方所期待呈現出的核心價值，將是後續發展的重要參考依據。

因此本研究目的在於了解草悟道吸引遊客前來的魅力因子，並評估不同魅力屬性對於滿意度的影響程度，辨識出其重要性的排序，提供市府單位對於草悟道後續規劃重點與城市行銷的方向與建議。

綜合上述，本研究的目的及重點分為四點，說明如下：

- (1)分析草悟道現況與資源。
- (2)瞭解目前遊客對於草悟道滿意度及空間需求。
- (3)提出草悟道魅力因子及針對重要性進行排序以了解吸引人潮因素。
- (4)針對草悟道的未來發展提出建議，期盼能促進台中市城市行銷的發展方向。

五、文獻探討

在本章節中將針對與研究主題相關之文獻進行收集與討論。依據內容屬性可分別為(1)城市行銷 (2)綠園道及步行空間相關研究 (3)魅力因子

相關研究等面向進行探討，以作為本研究中的理論基礎及調查時的參考依據。

5-1 城市行銷

5-1-1 行銷目的

行銷學大師 Kotler (1990) 定義「行銷」乃是個人與群體經由創造或交換產品與價值，滿足其需求與慾望的過程。AMA 美國行銷協會 (2004) 提出行銷是為了創造、傳達、分配價值給顧客的一項組織功能與一系列過程，並且是使組織和其利害關係人皆能獲利的顧客關係管理過程。Drucker (1973) 說明行銷的目的在使銷售成為多餘，亦即行銷是在於真正瞭解顧客，且所提供的產品或服務，能完全符合其需要，產品本身就可達成銷售之功能。

5-1-2 城市行銷的內涵

莊翰華(1998)提到城市行銷的基礎乃將城市視為一種產品，為改善和其他都市間的競爭能力以及達到不同目標族群的要求，盡可能的去將其包裝和推銷。

5-2 綠園道及步行空間

5-2-1 綠園道規劃與設計原則

歸納文獻後可得知綠園道的功能主要有以下三個面向：

- 人—減少都市人之間的疏離感，並增加社區的認同感。
- 自然—彌補都市中的綠地面積，進而改善都市微氣候。
- 交通—提供人車共享的空間，有效減少交通事故。

5-2-2 步行空間規劃與設計原則

綜合文獻可得知在進行人行步道設計時有以下兩個重點：

- 設施安全及意象—人行道的空間尺寸應注意活動的基本寬度，也應符合無障礙空間標準；鋪面則需兼具行走安全及意象美感；街道設施除了透過評估遊客量來設置，也須注意整體景觀的意象呈現。
- 綠景觀的角色—植栽設計須達到綠化城市、美化市容、提供市民休閒場所的目標。

5-3 魅力因子相關研究

此小節針對設計中重要的三個環節：環境、人、物三面向來探討「人在環境中的行為及活動」、「環境意象」、「人與物的關係」，以了解彼此在空

間中的關係性，進一步為後續的訪談及問卷研究提供有效資訊。

藉由文獻探討之整理可了解到城市行銷的基礎即將城市視為一種產品，而為了提升其都市的競爭力，以及達到不同目標族群的需求，應盡可能的使該產品滿足市場需求及社會福祉，且比其他競爭城市更有效果且更有效率的提供該產品，尤其在進行行銷的過程應注意：產品（Product）、價格（Price）、通路（Place）及促銷（Promotion）等四個部分，以使得在經營城市環境時面向更寬廣，同時也更永續。另外在綠園道及人行道的設計原則下，草悟道的設計規劃應朝向提供人車分享、多元性的街道活動、舒適而吸引人的逛街購物路徑和安全之學習環境、合乎人性的生活空間、有效串連都市開放空間，同時人行步道上應注意鋪面的高低、透水性、防滑、伸縮縫寬、堅固、地方特色（包含視覺及材質）、分區等重點。

人在環境中易受到陽光、空地及人群的影響而聚集；在步行空間中會逗留於十字路口、攤販前；休憩時會依照活動或能觀察人們行為的地點選擇座位；遛狗則是一種參與街道生活、促進社交活動的方式。另外城市中的廣場為聚集人群、製造熱鬧氣氛的無價之寶，商店街創造出的是迷人的街景氛圍，然而藝術表演者及街頭藝人，則是吸引目光的重要因素；但步行空間除了聯繫外，它還具備強化公共社群的功能，因此需要強而有力的標的物可以經常引發和集中活動。設置物部分最受歡迎的座位是有木質靠背、依人體工學設計的傳統長椅及活動椅，尤其若使用長椅者除了有機會體驗它，還能改變它的位置、面向陽光，這樣的移動與調整將賦予周遭地區蓬勃的生氣。

而若欲打造國際級的魅力城市，突破全球化限制。就必須針對城市行銷的概念來滿足市場需求及社會福祉，於設計規劃時注意友善的環境，且應依照人的特性及環境的特點創造具有陽光、廣場等不同類型的空間，同時創造如藝術表演者、街頭藝人及活動等容易讓人們停留的熱點，最終，人會因為好奇心及喜愛觀察其他人的特性而吸引更多人群。

六、研究設計、研究架構及分析方法

本研究調查包含環境實地調查、遊客訪談調查(遊客使用意識調查)與問卷調查(遊客經驗調查)，共三階段。藉由各階段之調查結果整理，最後以統計量化方式進行分析與歸納。

第一階段為『環境實地調查』，此階段藉由現場調查的方式，在不同時間點對草悟道上的遊客採取「觀察行為法」(Observation Behavior Method, OB) (王敏順, 1988)，分析環境空間與遊客之間的互動情形，及環境對遊客行為的影響因子。過程以「非參與式觀察法」(Francis T. McAndrew, 1995) 進行調查，研究人員以不干擾研究對象為原則，直接觀察並使用相機及筆記方式紀錄遊客觀光的行為與過程。同時詳盡的紀錄草悟道周邊商家的類型及分布，作為評估草悟道觀光魅力的客觀因子。

第二階段為『遊客訪談調查』，為實際探討草悟道的魅力因子及使用行為上所面臨的問題點及困擾，將分別針對 13 位遊客進行初步訪談，且以文獻探討與實地調查所歸納整理出的結果為基礎，進一步擬定相關問題，遊客包含各個年齡層並以曾到過草悟道之遊客為主要訪談對象。

訪談完遊客後以口語協定分析法(Verbal Protocol Analysis) (黃耀榮, 2000) 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。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，並作為後續實際問卷調查的評估依據。

第三階段為『遊客問卷調查』，以 220 份有效問卷針對遊客進行驗證，根據 Kano, Seraku, Takahashi, and Tsuji (1984) 的二維品質模式(即 Kano Model)，服務品質包含了源自 Herzberg (1959) 的雙因子理論(two factor theory)，將此理論結合在二維的架構上，針對魅力屬性的特質加以分析，評估不同魅力屬性對於滿意度的影響程度，並辨識出重要性排序，提供草悟道後續規劃重點與設計的方向與建議。

七、分析結果及研究發現

7-1 環境實地調查

7-1-2 周邊景點及商家型態

觀察草悟道上的商家型態，可區分為「臨時性攤販」、「周邊商家」及「大型景點」等三類，分別為：

臨時性攤販（街頭藝人、藝品、小吃）

在平日及假日的午後，草悟道上常有臨時性的攤販吸引人潮的聚集，為長廊型的草悟道增添許多活潑熱鬧的氣氛。街頭藝人主要以音樂、魔術、繪畫表演為主，其他包含摺汽球、造型氣球等娛樂型攤販；販售冰淇淋、滷味等小吃型攤販及販售布作藝品的攤販。

周邊商家（服飾店、餐飲店、廠商、藝品店、美容美髮、金融業、補習班、園藝店）

台灣大道至公益路段的草悟道兩旁及巷弄內總計有 63 間商家，其中以「服飾店」（19 家，30.2%）及「餐飲店」（17 家，17%）為主，其他如廠商（7 家）、藝品店（6 家）、美容美髮（5 家）、金融業（3 家）、周邊景點（3 家）、補習班（2 家）、其他（1 家）。在館前路一端的區域多為大型景點，店面商家則集中在勤美誠品的一樓，以餐飲業為主，各店家紛紛於不同節日妝點店面，期待草悟道上如織的遊客造訪，且多有室外的桌椅供遊客在享用美食的同時，也享受到綠意盎然的草悟道氛圍。而中興街一端的店家則以服飾店為主要的商家類型，在狹小的巷弄內，使出渾身解數布置櫥窗，令遊客造訪時目不暇給。

大型景點（勤美誠品、勤美術館、范特喜微型創意店、市民廣場）

兩旁景點包含勤美誠品、勤美術館、范特喜微型創意店、市民廣場等都是遊客來到草悟道逛街的主要目的，至於錯落在草悟道巷弄之間的餐廳及特色商家，是遊客造訪時需要深入巷弄內探尋的驚喜。

7-1-3 設置物

調查目前在草悟道上的設置物可依其屬性分為五大類，共 16 種設施，依序為：

- (1) 照明設施：長椅底部線狀照明、直立型路燈、地嵌式球型照明、情境燈
- (2) 休憩設施：長椅、吧檯
- (3) 資訊設施：地嵌式地名資訊圖、互動導覽旅遊資訊版、直立式導覽地圖
- (4) 景觀設施：公共藝術、植栽、步道鋪面、親水設施
- (5) 機能性設施：垃圾桶、收費停車格、腳踏車停車架

以下以詳細的說明分析草悟道設置物的型態與使用狀況：

(1) 照明設施

草悟道上的照明設施分為「長椅底部線狀照明」、「直立型路燈」、「地嵌式球型照明」及「情境燈」。「長椅底部線狀照明」主要設置於長型座椅

下方位置，在夜間可有效辨識座椅位置，亦可防止被長椅絆倒的意外發生，視覺上與草悟道線性特質相呼應，呈現出律動的氛圍。而「直立型路燈」平均間隔約5m建置於草悟道兩旁，材質以金屬為主，曲線的造型似豆芽般，為人工營造出的空間增添有機造型的元素。「地嵌式球型照明」位於草悟道的音符之丘，以嵌入式光源為夜間行走於草地上的遊客提供照明，能在提供功能性的同時，不佔體積的隱身於空間之中。另外，「情境燈」有「草悟道」字樣及在木板上投影出樹影兩種，皆能為草悟道的夜晚妝點浪漫的氣氛。

(2) 休憩設施

草悟道上的休憩設施包含「吧檯」及「長椅」兩種型態，吧檯式座椅提供桌面及投影燈的照明，白天桌面的高度提供遊客背對桌面時腰部的支撐，夜間遊客多於吧檯上進行閱讀及用餐。而「長椅」的材質以石造硬質為主，由於椅子長度適合三兩好友或單獨前往草悟道的遊客自由選擇乘坐的距離，因此在遊客的使用度上廣受喜愛。

(3) 資訊設施

資訊設施包含「地嵌式地名資訊圖」、「互動導覽旅遊資訊版」、「直立式導覽地圖」。「地嵌式地名資訊圖」由於嵌在草悟道的地面上，對於站在遠方的遊客不容易發現，導致功能無法彰顯。而「互動導覽旅遊資訊版」位於草悟道的水韻廣場，是最多遊客會使用的觀光資訊站，常見遊客站立於資訊站前尋找旅遊的相關資訊，並藉此了解草悟道的重點特色。另外「直立式導覽地圖」設置於草悟道兩旁，提供遊客清楚自身位於草悟道上的相關位置。

(4) 景觀設施

景觀設施包含「公共藝術」、「植栽」、「步道鋪面」及「水的設施」。其中「植栽」包含喬木、灌木及草皮。樹種主要為大葉桃花心木 (*Swietenia macrophylla*) 及黑板樹 (*Alstonia scholaris*)，中間穿插種植羊蹄甲 (*Bauhinia variegata*)，及零星的鳳凰木 (*Delonix regia*)、火焰木 (*Spathodea campanulata*)、小葉欖仁 (*Terminalia mantalyi*) 及美人樹 (*Chorisia speciosa*) 不同的樹種具有不同的景觀意象，在四季變換之際，也為草悟道增添豐富的景觀特色，讓都市中忙碌緊湊的人們漫步於此有放鬆及舒緩壓力的感受。

本研究範圍長約 462.4m，其鋪面設計是以不同明度的灰階為主要色調的硬質鋪面，以長形及韻律的方式排列，企圖於草悟道上營造出活潑、律動的氛圍。其中位於音符之丘具有緩坡的鋪面設計，提供遊客運動及近距離親近公共藝術—允執厥中雕塑。

在梵谷藝術廣場中央的公共藝術是由故宮博物院中國古代美術史家楚戈先生所設計的「台中市建府百週年紀念碑」，其設計概念是將草書的「中」字轉變成為三度空間的立體雕塑，下方的紀念碑下刻著「允執厥中」。詩人鄭愁予還在此留下《美自八方來》這首新詩，為草悟道帶出了精神力的展現，呈現出浪漫、藝術的氛圍。

草悟道上「親水設施」設置於行草之舞的水幕水景，採時間性啟動，主要目的為隔絕草悟道兩旁車輛的噪音，夜晚還搭配 LED 燈不同的燈光效果，營造出寧靜、自然的空間供遊客盡情的放鬆漫步於此，別有一番風味。

(5) 機能性設施

機能性設施分類為「腳踏車停車架」、「收費停車格」及「垃圾桶」。「腳踏車停車架」以不鏽鋼曲線製成，在假日常會有滿停的狀況。另外「收費停車格」由於沒有明顯劃分出車輛的大小位置，常見遊客將機車違規停放於停車格上，造成開車的遊客使用不便。而「垃圾桶」設置於草悟道兩旁，9 個垃圾桶中其中 5 個只有一般垃圾，另外 4 個一般垃圾桶旁配置有臨時設置式的分類垃圾桶，臨時設置的分類垃圾桶主要分布於靠近公益路口人潮較集中之處，但常有未裝置垃圾袋的狀況，亦容易因天候或人為因素使垃圾袋破裂，造成衛生及美觀度不佳等問題。

7-1-4 遊客行為

假日及平日午後來到草悟道的遊客絡繹不絕，多為三兩好友、親子、情侶等關係之遊客，各從事不同的行為活動，而本研究經過觀察分析及歸納後將多數遊客的行為分類為三大類，分別為：

(1) 參與當地特色景點及活動：

參與當地特色景點及活動分類為「逛街」、「用餐」、「流浪狗認養」、「街頭藝人的欣賞」、「爵士音樂節」、「創意藝術市集」及「其他季節性活動」等。在平日及假日的午後，常見魔術表演、音樂演奏、繪畫表演藝術等不同類型的街頭藝人於草悟道進行表演活動，遊客多聚集於附近長條型休憩

座椅或階梯處乘坐欣賞，為草悟道帶來熱絡的街頭氣氛。

另外草悟道兩旁眾多的景點，如誠品書局、勤美術館、市民廣場、范特喜微型創意店等景點亦吸引大量遊客前往造訪，勤美術館更是經常性地舉辦定期展覽和演講，將此地打造成藝文的發散中心。豐富的周邊景點依市民所需，提供教育、藝術、餐飲、休閒等不同面向的選擇，每到假日人潮便蜂擁而至，使草悟道成為一條貫穿台中市特色景點的綠色廊道。除了周邊景點外，草悟道於每個周末舉辦流浪狗認養的活動，每月的第三個星期六舉辦創意藝術市集，並於每年的十月份舉辦一年一度的爵士音樂節。眾多活動不斷在草悟道上演，為台中市帶來活力與生命力。

(2) 運動行為：

運動行為分類為「散步」、「跑步」、「騎腳踏車」、「滑板」及「競技單車」。觀察多數的遊客多散步於草悟道平坦處。跑步及騎腳踏車則圍繞在兩旁的專屬人行道，以避免與中央的人群發生搶道的狀況，但有時音符之丘的緩坡也成為騎腳踏車使用者的趣味型路線。而在草悟道上進行滑板活動的使用者，多利用長型座椅成為私人的練習道具，嚴重影響遊客的使用安全。另外競技單車常佔據草悟道接近台灣大道處的廣場，雖有其他遊客圍觀但也成為草悟道安全的隱憂。

(3) 休閒行為：

休閒行為分類為「聊天」、「休憩」及「遛狗」。許多遊客受到人群聚集的吸引力影響，會停留在吧檯式座椅的周邊，也特別喜歡於階梯上聊天、用餐、閱讀、滑手機，甚至坐著的遊客除了欣賞草悟道上的動態活動，也有喜歡觀察環境、觀察人群等多元的行為產生。由於草悟道是都市中難得的綠地，在午後及周末便出現許多附近居民及遊客帶著寵物來到此地共遊，除了貓狗之外，偶爾可見有特殊寵物類型如：大型蜥蜴、貂等，吸引不少其他遊客的目光。飼主們便於此機會交流分享養寵物的心得和經驗談，寵物們更是打打鬧鬧的在草悟道上嬉鬧、翻滾，為草悟道的景緻增添豐富的趣味性。

7-2 遊客訪談調查

本章節將先透過對草悟道遊客訪談調查與相關現有文獻調查，掌握遊客對於草悟道之使用性與魅力因素的認知，並整理相關因子，進而分析與探討，同時作為下階段問卷之參考依據。

7-2-1 訪談對象選定

訪談對象之樣本選取，針對有去過草悟道經驗之遊客，並願意接受與配合訪問的遊客為主；訪談對象總計 13 位遊客來進行訪談，其中男性 8 位，女性 5 位。年齡多分布於學生到上班族之間 20-30 歲年輕人，去過草悟道次數為：10 次以上佔 8 位，5-10 次佔 4 位，1-5 次佔 1 位；而職業狀況為：學生佔 5 位，上班族佔 6 位，家庭主婦佔 1 位，自由業佔 1 位，透過遊客之訪談以獲得更有效的調查結果與數據。

7-2-2 訪談結果與分析

此部分利用口語協定分析法分析比較其編碼結果，並依照遊客訪談調查中所歸納整理之相關範疇與分類因子，根據所得將分類為「實質景觀」、「知覺景觀」、「未來發展」來進行編碼討論與分析。以下將從『編碼討論結果』、『實質景觀範疇之探討』、『知覺景觀範疇之探討』、『未來發展與建議之探討』四方面之相關結果說明如下。

1. 編碼討論結果

由數據可明顯看出，在『魅力因素』與『活動』的總斷句數目較多；魅力因素佔 165 句，活動佔 97 句，周邊景點佔 55 句，減分因素佔 43 句，造景及設置物佔 43 句，環境意象佔 39 句，期待內容則較少，佔 23 句；遊客對於魅力因素的評價明顯高於減分因素，顯示出訪談的遊客有近八成對草悟道有正向評價。另外在草悟道上舉辦的活動每晚皆有街頭藝人，且周末常舉辦小型活動，是能讓遊客深刻體驗到的部分，因此在實質景觀的範疇裡對於活動的描述較多；而草悟道周邊擁有不同類型的景點，能滿足不同族群與目的的遊客，因此對於周邊景點的描述僅次於活動。

最後在實質景觀及知覺景觀的總數差異不大即代表，草悟道上造景及設置物、活動、周邊景點及環境意象等內容帶給遊客豐富體驗的知覺感受，所以在訪談過程中可見遊客對於實質及知覺兩大部分皆有相當比例的描

述。

2. 實質景觀範疇之探討

藉由遊客訪談調查中得到相關範疇與因子歸類後，將其分為三大範疇；分別為「實質景觀」、「知覺景觀」和「未來發展」三方面，其中「實質景觀」可再分成(1)造景及設置物(2)活動(3)周邊景點(4)環境意象等四大類分別探討如下。

(1)造景及設置物

遊客認為草悟道是在都市中難得的綠帶，樹木形成的林蔭提供炎炎夏日乘涼、避暑的地方。而遊客也認為市民廣場在都市中有此類形態大片草地可供休憩、野餐、遛狗等休閒活動是很迷人的。對於草悟道上噴霧裝置具有消暑及氣氛營造之功能表達認同，但其他關於水的設置物及造景較少提及，顯示此類水的設置尚未獲得青睞。而在草悟道鋪面的部份，遊客認為高低起伏的設計能增添變化度，並不會造成正常人行走上的困擾，唯須考量到行動不便者的安全顧慮。街道家具的部分多認為目前設置的數量足夠，在型態方面認為長條狀的設計可以滿足多人共同使用的功能，但座椅尾端漸變至地面的設計反而容易造成意外。裝置藝術「允執厥中」的部分遊客則認為增加草悟道的藝術氣氛及代表性。另外設置於草悟道中段的「遊客互動導覽資訊站」，目前為故障狀態，因而降低遊客對此的印象與評價。

(2)活動

來到草悟道上的遊客多以散步、運動及遛狗為目的，認為在草悟道的步行空間中行走是吸引人的。對於每日午後及傍晚的街頭藝人表演均表達肯定與支持，認為能增添空間中的活潑度。而定期舉辦的展覽活動亦成為吸引遊客不斷前來的重要魅力，認為依時間變化不同主題的展覽內容，能為其帶來期待與驚喜。在定期舉辦的活動中，如每周末的流浪狗認養及每年舉辦的爵士音樂節均能吸引一般大眾前來草悟道同樂，也是容易參與及親近的活動。由於頻繁且受歡迎的大小活動在草悟道上不斷上演，因此遊客對於活動的描述比例也相對最高。

(3)周邊景點

草悟道沿途有許多不同類型的景點，如商場型態的誠品書局、NOVA；具教育性質的植物園、自然科學博物館、勤美術館、國立美術館；具文化創意特色的范特喜微型創意店；大型的綠地空間：市民廣場及各富異國風趣的餐廳。遊客多為商場型態的商家前來，也因草悟道串起各種不同機能的景點，使得遊客來到此地可滿足不同需求而停留數個小時。

(4)環境意象

遊客均認為草悟道是都市中難得擁有綠意盎然的空間。在氛圍營造的部分達到休閒、藝術的氣氛，能為都市裡忙碌的生活空間留下些許空白。而聚集在草悟道上人群的氣質則為此步行空間帶來放鬆及友善的感染力。

3. 知覺景觀範疇之探討

而「知覺景觀」則分成(1)魅力因素(2)減分因素等二大類，分別探討如下：

(1)魅力因素

遊客認為草悟道吸引人的魅力在於具有休閒感、安全感、自在感、新鮮感及藝術人文的氣息，其中休閒感主因為人群散發出的氛圍及景觀綠化、遮蔭性使遊客心情隨之放鬆。安全感及自在感則因此步行空間人車分道，較能安心行走於步道上，其一因素為聚集在草悟道上的其他遊客氣質友善，令人感到活動於此安全無虞。而新鮮感來自於草悟道上依時間、季節變化的多樣性活動，諸如公益性活動(流浪狗認養)、社會性活動(反核遊行、同志遊行)、藝文性活動(街頭藝人、爵士音樂節)及同樂性活動(千人植栽、千人彩繪風車)等，及其豐富的周邊景點，讓遊客能針對不同需求做選擇，也因此多數人認為此地是具有魅力的。

(2)減分因素

遊客認為草悟道印象減分之主因為規劃及設備不足，提出停車處距離草悟道太遠、夜間燈光昏暗，容易造成行走時意外等減分因素。在鋪面部分有多處起伏，並無考量到無障礙設計，使行動不便者及高齡者很難單獨活動於草悟道。其次為假日人潮太多，有擁擠感。及遊客認為常有騎 BMX 腳踏車及玩滑板的使用者佔用草悟道空間及公共座椅，高速的動態活動會

造成其他遊客有不安心感。另外草悟道上的設計元素重複性過高，例如鋪面材質與公共座椅設計元素單調，行走於此空間時易感到元素重複而缺乏多元性。

4. 未來發展與建議之探討

經由歸納分析後發現，草悟道活動及周邊景點多元，具有豐富吸引遊客的魅力。但對於草悟道仍有些未來期待，依據遊客訪談內容的描述中，歸納出四大內容為「整體性的規劃」、「增加設置物及設施」、「豐富元素」、「增加藝文類活動」四大類並說明如下：

(1) 整體性的規劃

草悟道長達 3.6 公里，中段有部分尚未進行一致性的規劃，造成遊客誤以為草悟道僅至市民廣場，後端則像一般公園。另一期待為草悟道周邊的巷弄能擴大規劃範圍，增加其不同訴求街區形成獨特之魅力。而長條形的空間則應分段進行空間機能的劃分，讓草悟道每一段皆有所屬的功能性，活絡整體空間並分散人潮。

(2) 增加設置物及設施

遊客認為應增設停車空間，且需鄰近目前周邊景點最為豐富的草物道中段。並應注意到草悟道上無障礙空間的設計，確保任何族群的遊客來此觀光皆能無障礙的使用空間設施。

(3) 豐富元素

遊客認為草悟道整體的規劃可依不同區段作劃分，設計系列的元素，豐富行走於長型綠帶上時的感官體驗。另外造景應多增加綠色植物的層次，使草悟道上的生態更為多樣化。

(4) 增加藝文類活動

如目前的爵士音樂節，每到活動時皆吸引大量的外縣市甚至是外國遊客前來共襄盛舉。多舉辦一般民眾可輕鬆參與同樂的大型藝文類活動，也是能提升草悟道魅力的方式之一。

7-3 遊客使用意識小結

藉由訪談調查之分析歸納，瞭解遊客對草悟道的魅力因子及減分因子。整體來說，遊客對於草悟道的現況表達滿意，尤其是休閒感、自在感等氛圍的營造，多數受訪者表達認同並享受其中。其次為規劃完善、休憩完善、動線佳等部分，認為從綠園道重新規劃成草悟道後，整體空間之運用大幅提升，也吸引更多遊客前來休憩。再者於都市中能有此綠意盎然、享受休閒的步行空間供大眾緩解都市中忙碌的生活，是多數受訪者深受其吸引之因素。

從上述遊客訪談調查後，亦從中得知遊客在草悟道上的使用情形與問題點，主要為停車場數量不足或停車場位置離草悟道距離過遠而感到困擾，其次認為草悟道並無規劃完善的無障礙設計，擔憂行動不便或年邁者在使用時容易造成意外。另期待未來規劃時多增加其設計元素，豐富草悟道的層次與行走時的驚喜感。最後歸納出「造景及設置物」、「活動」、「周邊景點」、「環境意象」四方面進行調查，且透過彙整之減分因素為依據來進行下階段分析與進一步之討論。

7-4 問卷整理分析

根據實地調查與訪談的結果，將影響遊客對於草悟道之因素作為問卷調查之基礎，藉此進行更深入之調查與探討，並瞭解遊客對於草悟道的活動、周邊景點、環境意象、造景及設置物等面向的吸引力與評價，並找出遊客使用草悟道之困擾點與對未來的期待。問卷調查部分，有現場及網路問卷兩種方式，總共發放 226 份，並回收 220 份有效問卷，針對有到過草悟道的遊客為主要對象，從問卷內容中來進行分析與比較。以下將分別針對受訪者基本資料、經驗與偏好、Kano 雙向問卷及重要度進行分析比較及討論。

7-4-1 樣本特徵調查

7-4-2 受訪者基本資料

由 220 位受訪遊客的性別組成中，男性為 97 人(44%)，女性為 123 人(56%)。年齡依序為：17 歲以下(少年)、18~24 歲(青年)、25~44 歲(壯年)、45~64 歲(中年)(James, W., 2008)與 65 歲以上(老年)(中華民國內政部社會司)。由圖 5-2 可顯示在年齡層分布中以「青年」(18~24 歲)最多，占有

112人(51%)，其次為「壯年」(25~44歲)，占有92人(42%)，老年族群樣本數則為0人。遊客的工作型態中以學生為最大族群，共計103人(47%)，其次為上班族86人(39%)。由圖5-3可知，造訪草悟道遊客多為學生及上班族。居住在台中市的遊客多達160人(77%)，其次為北部地區(基、北、桃、竹、苗)24人(12%)，而中部地區(彰、投、雲、嘉)、南部地區(南、高、屏)及居住在國外的遊客人數相對少量。另外東部地區的遊客人數為0人，顯示造訪草悟道的遊客多因地緣關係而前來。

7-4-3 受訪者經驗與偏好

遊客造訪草悟道的時段集中在下午時段，尤其以假日下午高達96人(44%)，其次為平日下午有51人(23%)，另外晚上時段以平日人數占較多，有34人(15%)假日晚上則有28人(23%)，上午造訪草悟道的遊客多為零星。而遊客到達草悟道的交通方式中，機車占137人(62%)，其次為汽車48人(22%)，公車人數占23人(10%)，步行占8人(4%)，腳踏車占3人(1%)。可顯示目前遊客到達草悟道的方式中，有超過八成的人藉由汽機車前來。另外遊客將車輛停放在附近巷子內的情形最為普遍，占有83人(39%)。其次也有73位民眾(34%)將車輛停放在誠品書局旁停車格內，卻只有兩成(45人)的遊客將車輛停放於停車場內，由進一步訪談中得知，遊客多認為停車場距離草悟道較遠，或收費較高，因此遊客多找尋附近巷子內免費的空間停車，其次才會選擇路邊的收費停車格。

遊客於草悟道觀光的停留時間中，有72%遊客會做2-3小時的停留，有約兩成的遊客停留在草悟道時間僅僅1小時內，另外約一成的遊客停留4-5小時，由此可知只有少數遊客會做長時間的停留。因此政府單位在推廣草悟道時應思考如何使遊客願意在草悟道上從事多種不同的活動，以延長觀光體驗的停留時間。而在草悟道遊客的同行人數中，有高達180人(82%)為2-5人同行，另外有40人(18%)為1人前往。顯示有八成的遊客會與親朋好友共同來到草悟道觀光，是個適合呼朋引伴共同體驗的步行空間。

有45%的遊客來草悟道的次數已達10次以上，其次為占31%有2-5次造訪草悟道的經驗，另外有17%的遊客造訪草悟道的次數為6-10次，只有約7%的遊客是第一次造訪。顯示遊客對於草悟道的再訪次數比例很高，可見得草悟道有其吸引人的獨特魅力。另外遊客造訪草悟道最主要的目的為

逛街，占 157 人(71%)，其次為散步或運動與用餐約各有 53%的人，另外參與當地活動的遊客人數為 95 人(43%)，為了周邊景點而造訪草悟道的遊客也有 79 人(36%)。由於該題設定為複選題，因此在提供遊客多樣化選擇的條件下，平均勾選的項目為 2.6 項，表示遊客造訪草悟道的目的多為複合式的目的，也顯示草悟道串連起的機能性多元，可供遊客不同需求做選擇。最後每 2-3 個月來的遊客占 108 人(49%)，其次為每個月來的有 69 人(31%)，而帶有不確定性的選項有 38 人(17%)表達可能再來。其中有確定再造訪意願的遊客就高達八成。顯示草悟道擁有普遍遊客皆有意願再訪之魅力。

7-5. Kano 雙向問卷分析

7-5-1 項目屬性分類

(1) 魅力品質

歸類在「魅力品質」的項目共有 7 項，其內容主要都集中在「活動」、「周邊景點」與「造景及設置物」的構面中，內容包括：『有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動』、『路燈為草悟道增添迷人的氣氛』、『草悟道旁有教育性質的景點（例如：科博館）』、『草悟道有舉辦各項展覽活動』、『草悟道旁有更多不同類型的商家』、『草悟道周邊有文創老街（例如：范特喜微創）』、『有舉辦各項藝文參與活動（例如：寫書法、千人彩繪風車）』。說明上述項目的正向條件當「具備」時，就能大幅地提升藝術街的魅力程度，但是當「不具備」時，遊客也不會感到特別不滿。

(2) 一元品質

被歸類為「一元品質」的共有 8 個項目，較集中於「造景及設置物」構面，其餘分布在「周邊景點」、「環境意象」與「活動」。內容包括：『都市中的綠帶具備吸引人的特質』、『有適合活動的空間條件(例如：散步、逛街、運動)』、『草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適』、『草悟道旁有藝文方面的景點（例如：國立台灣美術館、勤美術館）』、『草悟道的氛圍營造，具備迷人的魅力』、『草悟道旁有商場型態的景點（例如：誠品書局、勤美誠品、NOVA）』、『草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力』與『草悟道上的休憩設施是充足完善的』。表示此 8 個項目的績效與滿意度之間呈現線性關係，「滿意度」會隨「正向條件」的完備性，有成正比的效果。

(3) 無差異品質

被歸類為「無差異品質」屬性的項目有 3 項，即『「聚集的遊客」具有悠閒氣氛的感染力』、『草悟道上有規劃水的設施能為景觀增添魅力(例如：水幕、水流、噴霧)』與『「遊客的聚集」使草悟道具有熱鬧的氛圍』。表示無論該項目之「正向條件」與「反向條件」具備與否，都不影響遊客的滿意程度。

7-6 綜合因素評價分析

7-6-1 重要程度評價

在項目的評分方式中採取李克特量表架構，將項目的重要程度劃分為：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 5 分位模式實行。再將 220 位有效樣本的母體平均數進行由高至低的排序(如下表)。

下表為構成因子之重要性排序

排序	因子	重要性	構面
1	都市中的綠帶具備吸引人的特質	4.43	環境意象
2	有適合活動的空間條件 (例如：散步、逛街、運動)	4.40	活動
3	草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適	4.37	造景及設置物
4	草悟道旁有藝文方面的景點 (例如：國立台灣美術館、勤美術館)	4.21	周邊景點
5	草悟道的氛圍營造，具備迷人的魅力	4.19	環境意象
6	草悟道旁有商場型態的景點 (例如：誠品書局、勤美誠品、NOVA)	4.16	周邊景點
7	草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力	4.05	造景及設置物
8	草悟道上的休憩設施是充足完善的	3.97	造景及設置物
9	路燈為草悟道增添迷人的氣氛	3.94	造景及設置物
10	有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動	3.90	活動
11	草悟道旁有教育性質的景點(例如：科博館)	3.80	周邊景點
12	草悟道有舉辦各項展覽活動	3.71	活動
13	草悟道旁有更多不同類型的商家	3.67	周邊景點
14	草悟道周邊有文創老街(例如：范特喜微創)	3.54	周邊景點
15	「聚集的遊客」具有悠閒氣氛的感染力	3.50	環境意象

16	有舉辦各項藝文參與活動 (例如：寫書法、千人彩繪風車)	3.35	活動
17	「遊客的聚集」使草悟道具有熱鬧的氛圍	3.20	環境意象
17	草悟道上有規劃水的設施能為景觀增添魅力 (例如：水幕、水流、噴霧)	3.20	造景及設置物

7-6-2 魅力與減分因素

為了能更明確的瞭解遊客對於草悟道的魅力因子評價內容，本研究於問卷中設計此複選題，讓受訪者在「魅力因素」與「減分因素」兩大題中勾選其認為條件成立之選項。以下將各別以排序方式進行討論，並針對前五大因素作分析說明。

(1) 魅力因素排序

魅力因素題目設計為：「請問草悟道吸引您的魅力因素是？」，引導遊客勾選作答此單元的 16 個選項。在統計各項目的累積次數後，可得知五大魅力因素可知內容有：『自在的感覺』、『具有文化、藝術氣息』、『具有休閒感』、『景觀綠化得宜』及『周邊景點豐富』，其中前四大魅力因素皆有超過一半的遊客認為條件成立，可見遊客主要是被草悟道成功營造之氣氛所吸引，其次為景觀綠化得宜亦受遊客所認同，另外也有超過四成遊客認為周邊景點豐富也是草悟道吸引人的魅力之一，綜合上述高比例認同的魅力因素，因此常見每到下午遊客便湧入草悟道進行各項活動，尤其假日時更有大量遊客絡繹不絕的為其魅力吸引而前來觀光。

(2) 減分因素排序

減分因素題目設計為：「請問草悟道讓您印象不佳的因素是？」，引導遊客勾選作答此單元的 10 個選項。在統計各項目的累積次數後，220 份有效問卷中，遊客認為草悟道的減分因素前五大項內容為：『停車場不足』、『垃圾桶設置不足』、『周邊建築施工』、『不安心感(草悟道上有人騎單車、玩滑板)』及『休憩設施不足』等內容。從遊客基本資料的「交通方式」可得知有超過八成的遊客以汽機車為到達草悟道為主要交通工具，其中又有超過一半的遊客皆認為停車場不足是對草悟道印象不佳之主因，另外有三成遊客認為草悟道上的垃圾桶設置不足，常令人感到不方便，其次因近期

周邊有部分建築物及停車場正在修建中，影響到來此觀光之感受。另外造成遊客不安心感主因為常可見騎乘單車者及玩滑板的使用者穿梭於草悟道上，甚至占用街道家具當成競技工具，使得遊客需要注意其危險性，降低步行空間的安心感。第五項減分因素中也有近兩成的遊客認為休憩設施不足。

7-7 設置物使用評價

根據先前的問卷結果可得知遊客皆認為草悟道步行空間中的構成極為重要，除因步行空間中的設置物會影響行走時的舒適度及空間的友善度外，對於氣氛營造更扮演舉足輕重的角色。因此本研究針對草悟道上的設置物再進行逐項細部的問卷調查。總計發出 110 份問卷，有效問卷為 101 份，其中性別特徵為：男性遊客占有 32 人(31.7%)，女性遊客占有 69 人(68.3%)，年齡特徵為：少年占有 10 人(9.9%)、青年占有 31 人(30.7%)、壯年占有 54 人(53.5%)、中年占有 5 人(5.0%)與老年占有 1 人(1.0%)。

7-7-1 重要程度評價

針對步行空間評價項目的內容對遊客進行重要程度的調查，藉此瞭解遊客對於不同步行空間構成項目的觀點。由 101 份有效樣本的平均數進行整體排序後可瞭解遊客首要重視的層面是以步道空間的舒適及安全性(No. 1)為優先考量，以及垃圾桶(No. 2)是否達到方便丟棄垃圾的數量，另外公共藝術的美感和創造性(No. 3)則是被認為具草悟道代表性而居於第三，其次為休憩設施(No. 4)及照明(No. 5-6)。但對於草悟道上的植栽造景(No. 7)、導覽資訊(No. 8)及水的設施(No. 9)對遊客來說反而感到重要程度較低。

7-7-2 滿意程度評價

遊客對於草悟道現況的滿意程度在空間平坦好走、寬敞舒適(No. 1)感到最為滿意；其次為草悟道上的遊客認為座椅數量及舒適度達到滿意(No. 2)，草悟道的夜晚華燈初上，路燈的點綴依舊吸引遊客流連忘返(No. 2)；另外公共藝術(No. 4)、植栽造景(No. 5)、照明(No. 6)等也平均有 3.5-3.6 分的滿意程度，最後遊客針對水的設施(No. 7)、垃圾桶數量(No. 8)及旅遊

導覽資訊(No. 9)反應出不滿意。

7-7-3 設置物小結

「草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適」此項目重要度及滿意度皆位於首位，顯示草悟道的遊客最在意的是空間鋪面的平坦性及步行空間的舒適度，且對於現況感到相當滿意，當人們最重視的得到最大滿足的同時，也或許是草悟道絡繹不絕的原因。針對項目「草悟道上的休憩座椅是充足完善的」的部分，重視程度達到第四名，滿意程度達第二名，呈現出遊客的休憩需求是被滿足的。

另外項目「設置多處垃圾桶，使遊客方便丟棄垃圾」的重要程度位居第二，滿意程度卻落在倒數第二，代表遊客認為垃圾桶在長條型的步行空間中是重要的，但目前數量及分類皆不盡人意，垃圾筒適當數量的設置可有效減少亂丟垃圾的機會，成為影響草悟道觀感重要的因素，因此應為政府部門急需解決的問題。

7-8 問卷調查小結

從 Kano 雙項問卷分析結果與重要程度之排序做比較分析，可得知三項 Kano 分類中，各分類中因子的重要程度，意即可於魅力品質、一元品質及無差異品質中，作優先發展順序之排列。以下針對各分類作討論。

(1) 魅力品質

所屬於「魅力品質」的因子其特性為，當品質特性具備該條件時遊客相當滿意，但不具備該條件時，遊客也不會因此而不滿意。意即此品質為創造區域魅力獨特性之重要關鍵。是令遊客感到驚喜、有魅力之條件因素。

然所屬 7 項魅力品質中，重要度的因子依序為『路燈為草悟道增添迷人的氣氛』、『有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動』、『草悟道旁有教育性質的景點（例如：科博館）』、『草悟道有舉辦各項展覽活動』、『草悟道旁有更多不同類型的商家』、『草悟道周邊有文創老街（例如：范特喜微創）』及『有舉辦各項藝文參與活動（例如：寫書法、千人彩繪風車）』。可見得在遊客心中，具重要程度的魅力條件，除了草悟道夜間的氣氛營造成功，還包含舉辦動態性的藝文活動及周邊具有教育與文化特色的老街等條件。

當這些條件成立時，會大幅增加遊客對於草悟道的滿意度。

(2)一元品質

「一元品質」之因子特性為當品質具備該條件時遊客相當滿意，但不具備該條件時遊客會因此而不滿意，即具線性之特性。特別於此類品質中皆為重要程度相當高之因子，代表此類品質中的因子為草悟道基本應具備之條件，政府單位在設法創造區域魅力特色的同時，必須並列發展之基本盤。

屬於一元品質條件中 8 項之因子內容依序為：『都市中的綠帶具備吸引人的特質』、『有適合活動的空間條件(例如：散步、逛街、運動)』、『草悟道旁有藝文方面的景點(例如：國立台灣美術館、勤美術館)』、『草悟道的氛圍營造，具備迷人的魅力』、『草悟道旁有商場型態的景點(例如：誠品書局、勤美誠品、NOVA)』、『草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力』、『草悟道上的休憩設施是充足完善的』及『草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適』。可見草悟道之主要訴求的都市綠園道相關之條件為遊客首重的關鍵，其次為步行空間中應有適合活動之環境條件，另外包含藝文方面景點及商場型態之景點亦為需要並列發展的部分。

(3)無差異品質

「無差異品質」之因子特性為無論品質條件具備與否，遊客滿意度皆不受影響。此所屬品質內之因子共有 3 項，分別為：『聚集的遊客具有悠閒氣氛的感染力』、『遊客的聚集使草悟道具有熱鬧的氛圍』及『草悟道上有規劃水的設施能為景觀增添魅力(例如：水幕、水流、噴霧)』。其品質中的因子皆為低重要度，顯示此類關於遊客散發出的感染力及熱鬧的氛圍並不影響遊客對於草悟道之滿意度。其次為水的設施亦為無差異品質，意即草悟道上有無此項建設，對於遊客來說並不影響其對於草悟道之魅力條件。

八、結論及政策建議

存在於都市中的綠園道，扮演著都市之肺的角色，在此地活動的人們得以放鬆心情及進行各項活動，其中綠色造景與氛圍的營造不僅影響遊客

各方面的環境感知，進而影響到對於草悟道之魅力評價。本研究以使用者觀點探討草悟道中的人、環境與設置物之關係，找尋創造草悟道魅力因子。預期可作為政府單位未來進行草悟道的規劃與發展時的參考指標，期盼能將草悟道推向國際級景點，塑造出獨具特色的都市綠帶。

8-1 綜合討論

本研究章節就第五章結論中，以 Kano 雙向問卷分析出的魅力品質與一元品質作進一步討論，與各因子間的重要程度作交叉比對，進而提出有效創造草悟道差異化價值的因子及穩固遊客之滿意度的條件，以期提供政府單位在進行後續發展與設計時，有優先順序的考量與規劃。

8-1-1 魅力品質

【打造與眾不同的觀光體驗價值】

一令遊客感到驚艷，大幅提升草悟道差異化

在魅力品質中，屬於活動類的範疇內容為：『有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動』、『草悟道有舉辦各項展覽活動』及『有舉辦各項藝文參與活動（例如：寫書法、千人彩繪風車）』；屬於周邊景點的內容為：『草悟道旁有教育性質的景點（例如：科博館）』、『草悟道旁有更多不同類型的商家』及『草悟道周邊有文創老街（例如：范特喜微創）』；屬於造景與設置物範疇內的有：『路燈為草悟道增添迷人的氣氛』，整理如下表。

而魅力品質中，屬於活動及周邊景點的構面各包含 3 項因子，顯示遊客對於草悟道上舉辦的活動及沿路串起豐富的周邊景點，認為是具有創造草悟道魅力及建立差異化之魅力因子，因此若能針對這兩大項構面進行更深入的品質提升，例如在草悟道上的路燈部分作氣氛的營造，及舉辦參與性的動態式藝文活動，更進一步於草悟道周邊規劃更多不同類型的商家，並且具有寓教於樂的教育性質相關景點都將能創造遊客具有價值的觀光體驗而流連忘返。

下表：魅力品質與構面之統整表

魅力品質	構面	因子
	活動	有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動
		草悟道有舉辦各項展覽活動
		有舉辦各項藝文參與活動（例如：寫書法、千人彩繪風車）
	周邊景點	草悟道旁有教育性質的景點（例如：科博館）
草悟道旁有更多不同類型的商家		
草悟道周邊有文創老街（例如：范特喜微創）		
造景與設置物	路燈為草悟道增添迷人的氣氛	

8-1-2 一元品質

【創造美好觀光體驗】

一 創造遊客對觀光體驗的基本滿意度

在一元品質中，屬於造景與設置物範疇的內容有『草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力』、『草悟道上的休憩設施是充足完善的』及『草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適』；屬於環境意象的內容有『都市中的綠帶具備吸引人的特質』及『草悟道的氛圍營造，具備迷人的魅力』兩項；屬於周邊景點的內容為『草悟道旁有藝文方面的景點（例如：國立台灣美術館、勤美術館）』及『草悟道旁有商場型態的景點（例如：誠品書局、勤美誠品、NOVA）』；而屬於活動範疇內的只有『有適合活動的空間條件（例如：散步、逛街、運動）』，整理如下表。

屬於一元品質的構面中，造景與設置物、環境意象、包含藝文型態及商場型態的周邊景點皆涵蓋兩項以上的因子，顯示遊客對於草悟道基本的綠色造景、基礎設施及部分周邊景點認為是會隨著建設程度而線性影響滿意度的因子。因此若能維持並朝向都市中綠帶之環境條件持續發展，創造出適合遊客活動的空間條件，並改善休憩設施不足之問題點，輔以草悟道兩旁藝文方面及商場型態之景點，即能提升遊客對於草悟道的滿意度，創

造出美好的觀光經驗。

下表：一元品質與構面之統整表

一元品質	構面	因子
	造景與設置物	草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力
		草悟道上的休憩設施是充足完善的
		草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適
	環境意象	都市中的綠帶具備吸引人的特質
		草悟道的氛圍營造，具備迷人的魅力
	周邊景點	草悟道旁有藝文方面的景點 (例如：國立台灣美術館、勤美術館)
		草悟道旁有商場型態的景點 (例如：誠品書局、勤美誠品、NOVA)
	活動	有適合活動的空間條件(例如：散步、逛街、運動)

8-2 改善建議

本研究經由文獻探討、實地調查、訪談調查及問卷調查後將問題點與困擾作整理，整體來說，遊客對於草悟道現況多表達滿意，尤以氛圍的創造更表達了高度肯定，但使用上仍有部分問題點，也提出對於未來之期待。本研究綜合所得，針對草悟道需要改善之處進行討論與建議，依訪談所得草悟道魅力特色之分類及減分因素中未能歸納於其他構面中的交通部分，針對「活動」、「周邊景點」、「環境意象」、「造景及設置物」及「交通」等各項進行討論與建議。

1. 活動

爵士音樂節、街頭藝人等文藝活動深受遊客喜愛，唯每到年度舉辦的爵士音樂節時，便湧入大量人潮，此時應該將草悟道規畫不同區段有不同主題的活動以分散人潮；而建議未來能依照季節舉辦多項大型活動，創造不同的節慶式活動，吸引遊客同樂於其中，以提升草悟道豐富度及觀光魅力。

另外所屬於活動中的一元品質因子為：有適合活動的空間條件(例如：

散步、逛街、運動、跑步)。表示在草悟道中應維持適合活動之空間條件，因此若行人與動態的活動(如騎腳踏車、玩滑板)使用共同空間進行，會造成遊客不安心感，建議腳踏車道應予以分道規劃，另闢場域提供動態活動。整理如下表說明如下：

表 6-3：活動具體建議

構面類別	具體建議
活動	● 規畫不同區段有不同主題性的活動，以達到有效分散人潮
	● 依季節舉辦大型活動，創造不同的節慶式、祭典式活動。例如：中秋闔家賞月趣
	● 腳踏車應予以分道規劃，另闢場域提供動態活動

2. 周邊景點

建議增加更多不同類型具有特色的商家，以吸引遊客選擇不同景點作長時間的停留，例如目前已規劃的文創老街(范特喜微創)，就受到多數遊客認同。同時應將草悟道進行全面性周邊景點的規劃，活化草悟道第三段。同時應於不同區段設置導覽系統，讓遊客到達此地後，可直接選擇需求景點作觀光。整理如下表說明如下：

下表：周邊景點具體建議

構面類別	具體建議
周邊景點	● 增加更多不同類型具有特色的商家，例如：台中老故事老照片文化館
	● 全面性周邊景點的規劃
	● 不同區段設置導覽系統

3. 環境意象

遊客對於環境意象中的氣氛營造表達高度肯定，主要是因草悟道位於

都市叢林中，遊客可近距離的感受到悠閒、自在的環境氣氛，進而讓遊客享受到彷彿置身於大自然中，以達到舒緩心情之目的。若以此為環境意象中最主要經營之目標，建議可豐富草悟道上的生態景觀，意即包含不同棲地的設計(如水池、草地、樹林等景觀)，使其擁有不同層次之生態系統，此時草悟道將除了能達到目前悠閒及人文藝術氣氛之外，更進一步擁有生態教育的資源。另外將草悟道兩旁目前規劃的汽機車輛停車格取消，可有效提高草悟道景觀單純化，創造更美好的步行空間。整理如下表說明如下：

下表：環境意象具體建議

構面類別	具體建議
環境意象	● 豐富綠色景觀的種植種類(例如：種植四季不同景觀的台灣特有種)
	● 豐富草悟道上的生態景觀(例如：設計不同棲地(水池、草地、樹林等景觀))
	● 改善汽機車雜亂景象(取消誠品書局兩旁汽機車格)

4. 造景及設置物

在造景及設置物部分，目前遊客針對休憩設施、夜間照明、無障礙設計等方面提出困擾點。本研究建議在增設休憩設施的同時，需考量到與草悟道景觀的協調性，或是用生態造景方式達到休憩功能，亦能減少景觀上的衝突。而在夜間照明的部分，除了達到基本安全照明的標準外，若能成功營造出夜晚時草悟道獨具特色的氛圍，將能有效提升草悟道之魅力，例如可在不同時間點作燈光的變化，讓遊客感受到時間於草悟道上的流動。另外無障礙設計建議可重新檢視草悟道上的各項設施之使用狀況，秉持著無障礙設計的考量，使所有遊客皆能盡情享受都市中難能可貴迷人的休憩空間。整理如下表說明如下：

下表：造景及設置物具體建議

構面類別	具體建議
造景及設置物	● 增設休憩設施(例如：利用生態造景方式達到休憩功能)
	● 豐富夜間燈光變化(例如：在不同時間點作燈光的變化)

- 重新檢視草悟道上的各項設施之使用狀況(無障礙設計)

5. 交通方面

針對周遭停車處不足的問題，建議可新建大型停車場，增加停車空間，並於大型活動時加開多線的大眾運輸交通工具，供民眾使用。整理如下表說明如下：

下表：交通方面具體建議

構面類別	具體建議
交通方面	● 新建大型停車場，增加停車空間
	● 於大型活動期間加開多線旅遊公車

九、參考文獻

中文部分：

1. 中華民國內政部營建署（2002）市區道路工程規劃及設計規範之研究。
2. 中華民國內政部營建署（2002）市區道路人行步道手冊。
3. 金美理、崔寶允（2011）魅力都市心設計-建築再造與空間規劃的完美展現，台北：碩博。
4. 安尼·米柯萊、摩里茲·普克豪爾（2012）城市密碼：觀察城市的 100 個場景，洪世民譯，台北：行人出版。
5. 莊翰華（1998）都市行銷理論與實務，台北：建都文化事業股份有限公司。
6. Kotler, P. et al.（2002）科特勒深探大亞洲—人潮、金潮與地方再造，羅漢譯，台北：商智文化。
7. Kotler（1990）行銷管理—分析、規劃與控制，陳振遠、陳振田編譯，台北：五南圖書公司。
8. 陳朝興審訂（1996）戶外空間的場所行為—公共空間使用之研究。台北市：田園城市文化出版社。（原著出版年：1980 年）
9. 華昌琳（1995）人性的都市街道，《造園季刊》，第 20 卷。
10. 陳明石（1993）屋外環境道具的研究與設計—(一)街具的概說。東海學報 34 卷：p.931-954。
11. 蕭炳欽（2003）城市空間藝術。台北：國立臺灣藝術教育所。

- 12.張翎茵(2009)台中市美術園道商店街的形塑歷程與消費空間之闡釋。國立臺灣師範大學地理學系，碩士論文。
- 13.徐國清(2012)影響城市行銷關鍵因素之探討—以產業觀光/臺南市為例。南台科技大學行銷與流通管理系，碩士論文。
- 14.蕭佳恩(2012)節慶活動與城市行銷—以2011嘉義市舉辦世界管樂年會為例。南華大學國際暨大陸事務學系公共政策研究碩士班，碩士論文。
- 15.王威勝(2009)台灣三大城市行銷基礎比較—以台北市、台中市與高雄市為例。國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所，碩士論文。
- 16.吳國賓(2002)遊客對都市綠園道設施的使用滿意度之研究—以台中市經國綠園道為例。逢甲大學土地管理學系碩士班，碩士論文。
- 17.林怡秀(2008)都市綠園道發展之探討—以台中市為例。逢甲大學都市計畫學系碩士班，碩士論文。
- 18.蔡珮芸(2005)都市公園之寵物犬活動區設置研究—以台北市大安森林公園使用者為調查對象。銘傳大學媒體空間設計研究所，碩士論文。
- 19.林家羽(2007)行人觀點探討都市社區巷道之場所再造—以新莊市中正路514巷為例。輔仁大學景觀設計學系研究所，碩士論文。
- 20.張昌明(1987)從空間認知觀點探討場所體驗的空間印象：以中壢市書香門第餐廳空間氣氛的印象為例。中原大學建築研究所，碩士論文。
- 21.李厚強(2002)人工光源之照度及色溫對視覺感知影響及照明方式調查研究：以住宇客廳為例，中原大學室內設計學系，碩士論文。
- 22.蔡淑萍(2009)戶外空間之公共座椅型態與使用者間之互動性研究。東海大學工業設計學系研究所，碩士論文。
- 23.中華民國交通部觀光局，2002，交通政策白皮書：觀光。
- 24.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。
- 25.Francis T.McAndrew(1995)環境心理學，危芷芬譯，台北市：五南，(原著出版年：1993)。
- 26.黃耀榮(2000)環境行為研究方法類比與應用之分析探討，新世代建築學及方法學術研討會，東海大學。
- 27.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。
- 28.阮綠茵(2006)，設計研究方法，台北：全華科技圖書股份有限公司。
- 29.李志仁(2012)服務場域與品質知覺之關聯性：以主題餐廳為例，設計學報，卷17。

- 30.張紹勳 (2004), 研究方法(精華本), ISBN 986-7777-62-X, pp.135, 滄海書局。
- 31.曾映霖 (2010), 以通用設計觀點探討電鍋操作行為之研究, 東海大學工業設計學系, 碩士論文。
- 32.吳國賓 (2002) 遊客對都市綠園道設施的使用滿意度之研究—以台中市經國綠園道為例。逢甲大學土地管理學系碩士班, 碩士論文。
- 33.金美理、崔寶允 (2011) 魅力都市心設計-建築再造與空間規劃的完美展現, 台北: 碩博。

英文部分：

- 1.Kotler, P., Haider, D. H. and Rein, I. (1993), Marketing Places : Attracting Investment, Industry, and Tourism to cities, states, and nations, NEW York: The Free Press.
- 2.Philip Kotler (2008) Marketing Management, 13th. Edition, Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- 3.Watt (1998) Event Management In Leisure And Tourism.
- 4.Kevin Lynch (2004) The image of city.
- 5.Jane Jacobs (1961) The Death and Life of Great American Cities.
- 6.John Th, Gantvoort (1972) Pedestrian traffic in town centers, Ekistics Jan.
- 7.Zube, E., Sell, J. and Taylor, J. (1982) Landscape perception, research, application and theory. Landscape Planning, 9:1-35.
- 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): 123-143.

網站參考資料：

- 1.NYCDdog (2005) <http://www.nycdog.org/park.html>。
- 2.Kowazama Dog Run (2005) <http://pws.prserv.net/papiken/>。
- 3.AMA (2004) 美國行銷協會官方網站
<http://www.marketingpower.com/AboutAMA/Pages/DefinitionofMarketing.aspx>。
- 4.台中市政府 (2013) 草悟道專頁
<http://www.calligraphygreenway.org.tw/about.php>。
- 5.鍾定真 (2012) <http://newdesignmethod.blogspot.tw/2012/02/b9934004.html>。
- 6.台中市政府觀光旅遊局—草悟道宣傳專頁
<http://www.tccalligraphy-greenway.com.tw/02event/01news-01.html>。
- 7.台中市政府 (2013) 草悟道專頁
<http://www.calligraphygreenway.org.tw/about.php>。