

臺中市政府 104 年度規劃研究設計報告獎助計畫  
報告節錄重點

台中市中區商圈再造：策略與方法

Business area reconstruction - From central district  
development perspective

研究人員：江士昌

周岳陞

段定亞

陳欣儒

劉凱菱

指導教授：陳秋政

學 校：東海大學

系 所：行政管理暨政策學系

中華民國 104 年 4 月

## 摘要

21 世紀為人類進入「世界人口都市化」之時代，隨著人口規模持續成長，都市承載的人口日漸繁多，造成都市用地持續擴張以及新興市鎮之產生，使原有市區面臨了人口不斷流失，日漸衰退等問題。隨著經濟、社會、政治與環境的變遷，世界諸多先進城市例如倫敦、漢堡、巴塞隆納、阿姆斯特丹等均已意識到解決城市未來及現況最關鍵之方式，乃在於針對舊市區的細緻經營，如何把現在衰弱的區域，透過「再」造的行動，重現過去的欣欣向榮，使人類的經濟活動能與土地永續共存。

中區位於台中市市區的黃金樞紐地帶，過去台中市中區為中部最大商業買賣熱區。如今人口流失與商圈沒落情況卻如此嚴重，縱使經由相關單位、組織的規劃與計畫推動之下，仍無法有效重現商圈應有的繁榮。現在中區的「再發展」為政府、商家、居民與非營利組織都非常關注的議題。本研究從文獻檢閱與質化問卷的方式來研究本專題，透過文獻試圖了解區域商圈的分類、類型與定位，舊商圈再發展的共同困境，以及商圈如何再造、再造指標為何；再加上質化訪談的方式來實際了解中區與中區商圈的關係，各方利害關係人的立場，以及實際作為的方向與困境為何。

本文在結論部分歸納中區商圈再造問題包括：(1)交通層面；(2)空間利用層面；(3)文化層面；(4)商圈產業層面。同時運用質化訪談彙整中區利害關係人的想法，以及研究成員的見解，歸納出具體的建議，希望能透過新世代的觀察，使各方利害關係人對於台中市中區商圈再造問題，能夠提出更理性、有效率與具效能的規劃。

關鍵詞：台中市中區、中區發展、各方利害關係人、未來發展

## 目次

摘要 .....	1
目次 .....	2
壹、研究背景與緣起 .....	3
貳、規劃理念及目標 .....	4
參、現況分析 .....	4
肆、研究設計 .....	7
伍、規劃工作程序、方法與說明 .....	12
陸、可行性分析 .....	20
柒、結論與建議 .....	25
捌、參考文獻 .....	29
附錄一、訪談附錄 .....	30
附錄二、SWOT 分析表 .....	39

## 壹、研究背景與緣起

21 世紀為人類進入「世界人口都市化」之時代，隨著人口規模持續成長，造成都市用地持續擴張以及新興市鎮之產生，使原有市區面臨了人口不斷流失，日漸衰退等問題。近年來各地的都市發展過程中，因產業結構轉變、發展重心轉移等因素，造就新興區域的繁榮。然而，舊有地區卻因為軟、硬體設施老舊、環境髒亂、產業結構停滯等因素，失去以往的競爭力。此外，在產業結構的巨大變化，人民需求、交通變革之下，除了改變原有居民的生活方式與步調之外，亦造成人口的遷移、外流。人口的轉移導致大量空間、土地的失落 (lost space)，產生許多社會問題，也形成政府的負擔。如何透過公私協力的方式，將閒置空間再利用以及再活化，儼然成為當代都市發展過程面臨的一大考驗。

隨著經濟、社會、政治與環境的變遷，世界諸多先進城市均已意識到解決城市未來及現況最關鍵之方式，乃在於針對舊市區的細緻經營。從單一住宅、產業等問題解決導向的操作方式，轉向融合經濟、社會與文化等層面，並建構地區主體性與特色整合之戰略，透過都市再生的手法，帶動整體都市轉型。<sup>1</sup>由此觀之，針對舊市區的經營與規劃，使其永續發展，已然成為當代趨勢。

台灣的商圈所在地，多因鄰近交通動線、人口聚集而形成、擴大。隨著時代潮流的演變、經濟發展之改變，因缺乏有效經營及管理，導致競爭力不足而消長，甚至面臨被淘汰之命運，台中市中區商圈即是如此。台中市中區係台中市區之發源地，也是台中市最早的中心商業區所在，其發展最早可回朔至日治時期。日本總督政府規劃棋盤式之都市發展計畫，加上鐵道之通過而帶動商業的發達，有「小京都」之美譽；然而隨著都市擴大發展的趨勢下，各地新興商圈同樣因新世代的公共建設引導而逐漸興起，可是於此同時中區商圈卻每況愈下，不復從前光景。

---

<sup>1</sup>2014/12/25檢閱自「台北市都市更新處」網頁，網址為  
<http://www.uro.taipei.gov.tw/ct.asp?xItem=81330718&ctNode=12895&mp=118011>。

## 貳、規劃理念及目標

鼓勵公民參與公共事務，是政策規劃的重要理念。為了解決台中中區商圈發展的困境，上至中央下至地方政府也開始注意到問題的嚴重性。經濟部商業司自 1994 年起，陸續進行許多商圈更新再造計畫，進行地方商圈及傳統商店之物轉型輔導，而行政院文化建設委員會自 2001 年開始推展閒置空間再利用之政策，透過政策規劃推動都市活化與再造。台中市政府在中央的支持下，亦進行了一系列對中區商圈之規劃。如何讓中區圈有效的再造，已成為許多學界、非營利組織、政府部門的討論焦點。如何有效吸引人潮，提升傳統商圈功能，提供民眾與消費者一個休閒購物、健康、人文的優質商圈空間，為當今社會面臨的重要課題。

面對社會環境的變遷從繁榮到衰弱，惟待公、私部門、及第三部門彼此協力共同參與，方能再次重現當年商業與娛樂興盛之風采，達到區域均衡之發展。本研究以台中市中區商圈為研究主題，針對中區的歷史脈絡、發展潛力作為分析，探討政府單位、非營利組織、學者專家之間互動協調，以及對於中區及商圈之看法及具體的策略規劃，如何有效吸引消費者到中區來消費，以期將原本由盛轉衰的中區商圈，振興活絡，達到永續發展。而本文主要研究的目標，主要歸納為以下四項：

- 一、中區商圈，由盛轉衰之原因？
- 二、中區商圈現有之優勢、劣勢，外部存在之機會及威脅為何？
- 三、各類組織推動中區商圈再發展的過程，遭遇那些困難？
- 四、各方利害關係人對中區商圈未來有何具體看法？可採哪些活化策略？

## 參、現況分析

台中市自日治時期以來就為一重要城市，中區更是過去台中繁榮的指標與象徵，然現在卻逐漸沒落，此現象帶給研究者欲探求真相的契機。

### 一、中區歷史發展脈絡

台灣日治時期殖民政策落實到都市化是以「市區改正」來推動，日治時期的城市改造比起英法殖民地地區似乎來的溫和許多；主要是將舊市街拉直、拓寬、雙向交叉化，加上街道建築軸線、端景、圓環等設計，城市結構改造成適合以汽車為主要交通工具的基礎整備。新的街

道結構採棋盤式系統又無城牆阻隔，道路的暢通性提高許多，而且因為是格子狀街道，道路交叉成為交通最便捷處，地價較高，因此出現街角建築。日治時期的台中城就是在這樣的「現代化—工業化—都市化」發展進程中建造起來的。

日治殖民時期的台中城市建設是一個全新的規畫。因為是新建城市，所以以台中火車站為中心，以櫻橋通(今中正路)、大正橋通(今民權路)、大正町通(今自由路)與新富町通(今中華路)四條主幹道相交，當時的主要建築都分布在這大街架構上，如火車站、台中州廳、彰銀、台中公園等等，加上市內綠川、柳川等河道整治，整齊市容加上水橋景致，一時間以「小京都」之暱稱而出名(台中市日治時期建築與文化，2008)。我國在歷經四十年高度經濟成長與產業蓬勃發展之後，也開始面臨到都市發展的瓶頸與窘境，其所衍生的一連串經濟(如：就業機會減少、就業率下降、經濟衰敗)、社會(如：犯罪率上升、生活品質低落)、政治(如：市民參與公眾事務意願低落)和實質環境(如：環境負面衝擊、公共設施普遍不足、建築物老舊)等層面的都市問題，造成都市內部與外部不經濟現象的產生，且亦成為國家社會的負擔。

然而，一直以來台灣的都市發展政策在面臨這樣的都市問題時，多偏向以「新市鎮開發」或「新社區開發」等方式進行，其嚴重導致了都市擴張(sprawl)、都市蛙躍式發展等現象，因而造成公共資源浪費與地方財政困境，亦不符合永續都市發展的理念(何東波，2002)。故現階段台灣都市的發展勢必須由以往的擴張主義發展政策轉向為追求現有都市品質的提升與維持，也就是所謂的「都市更新」或「都市再發展」，尤其隨著人口趨於微幅成長、甚至零成長的趨勢逐漸明顯，民眾所需要的是都市生活品質的提升，而非都市空間數目的增加，因此市中心的都市更新與再發展應是長期永續執行的政策方向(吳加韻，2008)。

## 二、中區商圈現狀

台中中區的著名商圈，主要有三大商圈：自由路商圈、繼光街商圈和電子街商圈：

### (一) 自由路商圈

自由路商圈範圍位於：「自由路二段」(北自雙十路口、南至民族路口)。商圈內的商品雲集，商業種類涵蓋各層面，諸如餐飲、百貨、娛樂、理容、服裝、電腦及周邊設備等行業等，另外，此商圈是臺中太陽餅發源地，以糕餅業居多，太陽餅老店及西式禮餅店集中於中正路與民權路之間，俗稱糕餅街。於自由路二段 87 號設有太陽廣場，假日經常於此舉辦各項活動。消費對象多為青少年或旅客，曾繁華一時，但目前因交通及停車設施不足，市區老舊，產業轉型，街道髒亂無章及新商圈紛紛興起之故，漸走向衰退之路(伍南彰，2008)。

### (二) 繼光街商圈

繼光街商圈位處繼光街(民權路至光復路)、綠川西街、中正路範圍內。繼光街位於台中中區，於臺中市早期發展的商業型街道，商圈特色為有多家布莊及食區、服飾店、精品雜貨、日用品，包括大樹布莊、遠東珠寶、精華眼鏡等是本市最早商圈。地理位置鄰近台中火車站，70、80 年代早期繼光街更被稱為「榮町」，素有「北迪化、中繼光」之稱。隨著商業重心轉移，光環沒落，繼光街轉型為台中老店家型象商圈，為讓繼光街重拾往日繁華光景，市府經常性的在繼光街舉辦活動，以聚集人氣，讓繼光街重回當年盛況。<sup>2</sup>目前繼光街商圈發展問題主要包括：管委會整合不易、活動封街時段車輛管制不易、範圍大公共設施維護不易、商街主題不夠明確、商品特色不足、招商不易。

### (三) 電子街商圈

電子街商圈的範圍，是從中山路 49 巷及綠川西街 93 巷所形成的十字街道。電子街早期為販售音響電子商品的商店街，如今則成為販賣電腦及周邊商品為主的主題商圈。商店多達數十間，並有連鎖之電子量販店，藉由電子商店集中，提供消費者議價選擇的空間。電子街與 NOVA 等大型 3C 量販店，最大不同之處就是每家都是自行經營，服務態度好、待人親切，議價空間有彈性。<sup>3</sup>另外，電腦的相關問題，也

---

<sup>2</sup>2014/12/25 檢閱自「旅遊資訊王」網頁，網址為 <http://travel.network.com.tw/tourguide/point/showpage/105019.html>。

<sup>3</sup>2014/12/25 檢閱自「台中市經濟發展局」網頁，網址為

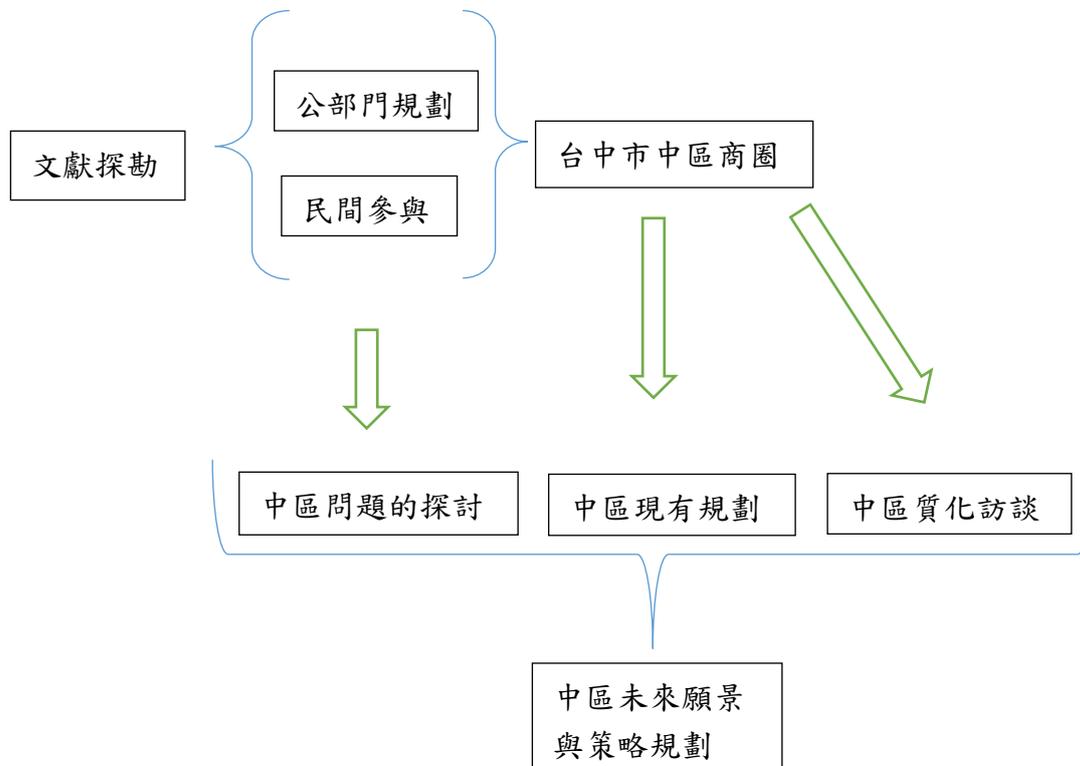
可以當場就解決。電子街商圈目前的主要問題，在於老舊房屋權屬複雜，改建不易，機車管制不易，盜版光碟攤販不易驅離、與延伸之美食街主題不同，難以結合、活動廣場缺乏，缺乏年輕消費族群的展演空間等(伍南彰，2008)。

#### 肆、研究設計

本文的研究設計，分別從研究流程、研究方法和研究工具加以說明：

##### 一、研究流程

舊時代思維將都市發展與規劃視為應「全部拆除，重新規劃」，而非思考如何運用原先存在之都市建築或閒置公共空間來促使都市活化。本研究透過文獻分析及質化訪談，從台中市中區歷史脈絡，以及商圈再造過程中，探討中區及商圈現有之優勢、劣勢，與面臨之外部機會、限制，以及現有相關策略之施行，並結合各方利害關係人之看法，如何運用機會來增強優勢，如何克服劣勢與避開外在威脅，提供可行性之方案以期有效吸引中區人潮、帶動商圈發展，達到區域均衡之目標。



圖一：研究架構圖

資料來源：作者整理

從文獻探討過去中區的狀況，再觀察近期政府與民間對於中區整體的規畫有何看法，檢視中區的發展問題與中區未來的規劃，並提出相關問題，尋求訪談對象，整合三者，得出未來中區可能發展的方向。

## 二、研究方法

在研究方法上，主要採用文獻分析法與質化訪問法。

### （一）文獻檢閱法

文獻檢閱法是研究過程中的一個重要活動，在研究的歷程中，常須參考他人的研究報告，以解決研究所面臨的困難或增進研究的視野，透過過去文獻使我們站在巨人的肩膀上，對於「都市活化再造」議題興起的背景、重要性能更加了解，過去台灣成功活化台北舊商圈「西門町」；台中中區商圈活化的過程不如「西門町」般如此順利，原因為何？探討過去到現在中區商圈的發展繁榮與困境，以及強調中區都市再發展的重要性；運用台灣其他商圈重現繁華的具體例子，給予中區未來發展的建議。本研究試圖透過歷史資料與報章雜誌的文獻回顧，探究中區從繁榮走向衰敗的原因，並透過深度訪談與實際參與觀察比對，探討近幾年中區活動的團體組織對於當地所帶來的影響。

### （二）質化訪談法

社會個體的行為，有其意義的自主性，當然也就有個別行為的代表的知識自足性，所以科學知識不僅只是通則化（generalized）的邏輯命題，也應容納個體行為所呈現的歧異性知識，此外對社會個體行為的真實瞭解，描述與解釋，應經由該個體的內部觀點從事觀察，並由該個體的立場予以解釋；社會個體行為的發生，必須與個體當時所處的情境狀況（context），本身的特徵條件（characteristics）有關，因此各別個體的行為探索，不應忽略該行為的背景因素的影響（黃瀞誼，2012）。所以對社會個體的研究探索，應是廣泛層面的觀察及內部一致性的解釋。運用質化問卷的方式，訪問與「中區以及商圈再發展」具有代表性的組織或人物，使我們對於中區商圈的看法與角

度可以更多元，若太有自己的主觀意識對於了解中區再發展的議題是沒有幫助的，透過質化訪談，使我們更了解市政府與非營利組織對於中區商圈以及中區整體再發展議題之不同看法。

本研究以質化訪談與文獻分析交叉比對的方式進行分析，訪問的對象大致分為三類：第一部門、第二部門、第三部門。第一部門即是指市政府與中區商圈再發展有關的組織，以都市發展局與經濟發展局為代表；第二部門即是指在中區商圈進行商業買賣的業者，本研究訪問的代表人物，既是中區在地的商家，同時也是104年度的電子街主委，相信因為此雙重身分，受訪者絕對是對中區議題具備一定知識的公民。第三部門即是非營利組織的部分，由東海大學建築系教授蘇教授與台中市都發局共同打造的「台中中區再生基地」，以專家的眼光與角度來看中區再發展的問題與困境，透過與政府、企業的溝通管道來使中區能夠再發展。

表一：訪談對象一覽表

受訪者	職稱	業務職掌	重要性
P	台中市政府都市發展局同仁	一、督導「城鎮地貌改造-創造台灣城鎮風貌示範計畫」、「城鎮風貌型塑整體計畫」等業務。 二、督導社區營造相關業務。 三、督導本科業務發展方案擬定與規劃事項。 四、督導都市設計審議相關業務。	了解公部門對台中市中區與商圈、周邊都市更新發展之規劃與執行，以及其對中區發展之看法。

E	台中市政府經濟發展局同仁	承辦中區商圈相關業務。	了解公部門對台中市中區與商圈、周邊都市更新發展之規劃與執行，以及其對中區發展之看法。
U	電子街商區委員會主任委員/商圈店家金曲音響老闆。	<p>一、擔任中區電子街商區與政府之關係連絡之橋梁，提供地方意見給政府，並將政府政策轉告電子街商家。</p> <p>二、爭取活動、整建之經費。</p> <p>三、監督電子街商圈之建設興建與整治。</p>	身為中區住家以及商圈店家的雙重角色，了解其對於中區商圈以及中區整體之看法。
S	中區再生基地總監/東海大學建築系教授。	處理分析中區再生活化之規劃與當地居民意見和相關事務。此外，作為公部門與中區居民之溝通橋梁，參與中區相關再生計畫的推動。	留學日本，接觸都市設計、都市策略、社區總體營造、商圈再生等，主要研究都市型態(都市設計、規劃)擁有專業上的背景和實務上的經驗，以及提供身為非營利組織之見解。

資料來源：作者整理

### 三、研究工具

#### (一) 訪談題綱

針對中區各方面的問題，研究者提出下列九點疑問，希望從訪談者口中得到各方意見。

表二：訪談題綱一覽表

研究問題	概念說明	訪談問題
公部門針對中區有何規畫？	了解公部門為使中區繁榮所進行政策規劃與推動。	1、請問您知道哪些由公部門推動之「中區再造」措施？
中區/商圈現有之優勢、劣勢，外部存在之機會及威脅為何？	了解中區/商圈之優勢與機會，本身能善用且能在競爭中突出的特點。	2、您認為「中區/商圈再造」可茲運用的優勢與機會有哪些？
中區/商圈現有之優勢、劣勢，外部存在之機會及威脅為何？	了解中區/商圈之劣勢與威脅有礙於本身的發展且容易在競爭中落敗的特點。	3、需克服的劣勢與威脅有哪些？
各類組織推動中區/商圈再發展的過程，遭遇那些困難？	探討公部門間協調合作關係，政府內部垂直及水平的實然面互動。	4、您認為政府機關的協調與合作，是否影響中區/商圈再造？可否舉例說明。
各類組織推動中區/商圈再發展的過程，遭遇那些困難？	以繁榮為目標的改善措施下，中區/商圈推展再發展所面臨之困境與阻礙。	5、您認為中區/商圈難以再造的原因為何？
各類組織推動中區/商圈再發展的過程，遭遇那些困難？	針對各項困難提出可行的對策。	6、承上題，又如何克服？
各方利害關係人對中區未來有何具體看法？未來可採行那些活化策略？	了解各利害關係人對於未來政策之看法，進而提供可行性策略。	7、新任市長，曾構思成立「台中市都市再生公司」，建議投入100億元優先推動都市再生。您瞭解其構想內涵嗎？您認為可行嗎？

各方利害關係人對中區未來有何具體看法？未來可採行那些活化策略？	了解各利害關係人對於土地銀行概念之看法，進而提供未來活化中區之可行性策略。	8、現今國外有許多對於舊區再造的案例（例如：運用土地銀行的概念，將閒置的土地做有效利用；或交由再生公司來主導再造）。若將這些概念導入台中市中區再造計畫中，會面臨到哪些挑戰和限制？
各方利害關係人對中區未來有何具體看法？未來可採行那些活化策略？	了解推動中區商圈再造個組織互動之實際面即應然面，以利於未來推動中區再生策略規劃。	9、您認為推動中區商圈再造，涉及的各組織應該如何配合、協調？

資料來源：作者整理

## 伍、深度訪談成果分析

本文將深度訪談資料，分由「台中市中區商圈由盛轉衰原因、中區商圈內部優勢劣勢及外部機會威脅、各類組織推動中區商圈再發展所遭遇困」三個問題面向進行分析，期能規劃出較佳的發展模式。

### 一、台中市中區商圈由盛轉衰原因

#### (一) 停車場設置與大型購物中心的缺乏

由受訪者 (P3)、(P9) 可知，都發局認為當時對於中區停車場的需求量以及供給量不符合，因停車場有限進而影響中區商圈沒落，經發局 (E6) 也提及停車位使用率不高，因其主要集中在主商圈之外。另外，都發局認為中區商圈店家多以小型經營的模式，缺乏大型購物中心，在競爭力缺乏的情況下，導致中區商圈的沒落。（分析時，如果有不同受訪角色，對同樣的問題有著衝突的看法，要儘量呈現為重點！）

「中區交通停車位不足…需求停車位換算實際停車位是不足的…」(P3)

「交通問題方面，停車位主要集中在主商圈之外，但使用率不高…」(E6)

「中區商圈沒落，本身覺得是沒有停車場和大型購物中心，多是個體小型經營 模式，沒有大的部份去支持…」(P9)

## (二) 消費空間舒適度

從(E5)、(E6)、(E8)訪問內容得知，經發局認為環境的髒亂、街友和移工的問題，導致商圈缺乏舒適的消費空間，商圈沒有給消費者很好的印象，消費人潮因而流失；單行道的規畫以及停車場位於商圈外圍，加上商圈內部缺乏較佳的徒步規劃，以及良好之消費空間，並缺乏的告示牌作為路段指標，使一般人不願意將車停在外圍，再以步行的方式進入商圈。

然而，從 (P9) 得知，受訪者都發局認為，中區商圈整體來說犯罪率並不高，外勞僅在假日時段出現，其認為移工的存在並未對中區商圈的治安造成實際上的危害。而電子街商區委員會，由於其組織成員以當地商家與住戶為主，因此從其訪談資料間接了解，當地居民對中區商圈之看法，從電子街主任委員之訪談(U8)了解到，其認為移工聚集對於中區商圈有所影響，然而整體來說卻不構成治安問題。

「在環境…髒亂的地區…」(E5)

「交通問題方面，停車位主要集中在主商圈之外，但使用率不高…」(E6)

「…繼光街商圈組織…地主不太希望有異國人士的加入，害怕有治安的問題，於是就不願意把一廣也納入商圈範圍…環境方面…街友問題…移工問題…」 (E8)

「…中區商圈犯罪率沒有很高，晚上沒甚麼人，自己認為沒甚麼犯罪率，外勞的話只有假日吧!」(P9)

「…治安問題不大，的確外勞在第一廣場的聚集多多少少會有治安問題，因為 文化的差異，會打架。」(U8)

## (三) 消費型態改變、商圈競爭力不足

由(U1)、(U4)訪問內容得知，電子街主委認為消費型態的改變，以及網路無實體店面、大型量販店、其他商圈的瓜分市場，加上舊市

區的開發難易度較高，相較於新市區，有較多法規上的限制，使得中區商圈缺乏競爭力而日趨衰退。另外，(E7)訪問內容指出，經發局認為，中區商圈商家面對商業發達後房屋租金與土地成本的壓力，不堪負荷房屋改造費用，使閒置空間的問題無法改善，進而持續惡化，導致中區商圈發展每況愈下。

「…民國 70 年代中區為台中最繁榮的地方，中部的四大縣市皆會到台中中區消費。台灣股票崩盤、現代的消費行為已大大改變，無線網路與大型量販店的便利，市場瓜分使中區電子街的商家生存更加困難。」(U1)

「…商業發達後，土地擁有者繳的地價稅與房屋稅，遠遠不及擁有者利用土地所賺取的房租，這往往使得地主不願意做房屋的改造…」(E7)

#### (四) 老舊建築閒置

從受訪內容(U4)、(E7)可得知，電子街主委及經發局認為，中區商圈在地產權人複雜，多元的利害關係人整合不易，導致閒置空間無法有效再利用，老舊建築物閒置未妥善處理，除影響市容美觀外，亦導致人潮流失或是在地人口外移，使中區商圈持續沒落。

「…新地區的開發比舊市區的開發還要便宜許多，新地區的發展，只要開發的許可下來，新地區大多時候是會替市政府賺錢的；舊市區的開發，有法規上限制且須協調的利害關係人眾多又複雜。」(U4)

「…單一區塊的產權太過複雜且難以整合，產權問題…商業發達後，土地擁有者繳的地價稅與房屋稅，遠遠不及擁有者利用土地所賺取的房租，這往往使得地主不願意做房屋的改造…」(E7)

## 二、 中區商圈內部優勢劣勢及外部機會威脅

請增加幾句帶下下述內容結構，並說「整體 SWOT 分析成果請參見附錄二」。

### (一) 中區商圈之優勢

#### 1. 在地歷史文化及傳統資產

從受訪者(E3)、(U5)的回答可發現，經發局及電子街主委認為中區商圈之優勢為在地歷史文化，「老店家」、「老建築」所具備之傳統文化價值，透過現有之傳統資產來進行中區商圈後續發展的基石。老店家除了擁有一定數量的客源之外，能透過融合傳統及其他不同的元素，諸如加入了養生概念的太陽餅等，來創造出新的價值。

「三個商圈的特色與優勢為…歷史傳統上…中區的傳統可以是中區的一大優勢…」(E3)

「在轉型的過程中若能保有傳統，同時又能在傳統上加入其他元素，將會是一大優勢，如:加入養生概念的太陽餅…」(E3)

「…老建築做後續維護與改造…」(U5)

## 2. 商品主題明確與集市概念

從(E3)訪談內容得知，經發局認為商品主題明確與「集市」概念為中區商圈之優勢，例如產品性質相似度高，且商品主題明確的自由商圈，可藉由結合商圈集市的概念，店家合作意願度提高，亦容易吸引想買此商品的消費者到此地購買。

「自由商圈內的商品相似度，為中區商圈的優勢…『集市』的概念…大家都賣太陽餅，所以會願意一起合作，且商品的主題明確…」(E3)

### (二) 中區商圈之劣勢

#### 1. 多元的利害關係人整合不易與舊建築物閒置

從受訪內容(U4)、(E7)可得知，電子街主委認為，中區商圈在地產權人複雜，而經發局也認為多元的利害關係人整合不易，導致閒置空間無法有效再利用。老舊建築物閒置未妥善處理，除影響市容美觀外，亦導致人潮流失使中區商圈持續沒落。

「…舊市區的開發…利害關係人眾多又複雜。」(U4)

「單一區塊的產權太過複雜且難以整合，「產權問題」若不解決，空間改造便不容易…」(E7)

## 2. 缺乏自主籌措財源以及主動企劃能力

另外，由(S4)、(S5)受訪者的回答，歸納中區再生基地總監蘇教授認為中區商圈存在之劣勢為各商圈缺乏主動的企劃能力。從非營利組織及學者的角度來看，其認為各商圈因店家多由年紀大的成員所構成，加上商圈主委年齡偏高，無法規劃出具自身特色之策略，因缺乏主動的企劃能力，僅能仰賴政府之補助。若是發包給外地廠商，販賣多以非當地特色之產品為主，或是在外地亦可買到之產品。而從(E3)、(E4)受訪者內容亦可得知，經發局認為中區商圈缺乏創新的構想，同時，也認為中區商圈組織缺乏自主籌措財源的能力。

「台中中區各商圈缺乏主動企劃能力，店家多半年紀很大了，主委年齡高，沒辦法規劃出有在地特色的構想…，商圈只能…批給廠商，例如繼光街年貨大街與外地廠商簽約，但是都是當地不相干的產品，或是在外地就可以買到的產品…」(S4)

「缺乏創新將會是一項劣勢…」(E3)

「相對於其他商圈組織較弱的是，其他商圈都有辦法為自己找資金來源…」(E4)

「商圈只能仰賴政府的補助，電子街商圈組織會費之繳納，現在景氣不好許多人並未按時繳交…」(S5)

## 3. 在地凝聚力不足

從(S5)訪談回答中得知，蘇教授認為在地凝聚力不足為中區商圈劣勢之一，例如電子街商圈組織會費之繳納，許多人並未按時繳納，經費不足的情況無法有效促使商圈發展，加上許多租店面之商家並非當地居民等因素，造成在地凝聚力不足。

「…電子街商圈組織會費之繳納，現在景氣不好許多人並未按時繳交…加上租店面之商家並非當地居民，沒有情感上的投入…」

(S5)

#### 4. 停車位設置地點

經發局(E6)認為停車位使用率不高，因其主要集中在主商圈之外。中區商圈停車場地點設置在外圍，民眾認為停車不方便而減低前來中區商圈之意願。

「交通問題方面，停車位主要集中在主商圈之外，但使用率不高…」  
(E6)

### (三) 中區商圈之機會

#### 1. 網路行銷

現代科技日新月異，網路的使用已相當普遍，從(U12)訪談內容可知。電子街主委認為中區商圈可透過網際網路來行銷其特色，例如有「科技城」之稱的電子街，並非只以片面產品來削價競爭，而是可以結合網路來行銷。

「…電子街做為一個商圈，它的形象是被定位為「科技城」，…視覺上的特色…結合外在趨勢的網際網路做網路行銷…」(U12)

#### 2. 創新人才與商家結合

現今社會重視創新人才之培育，從受訪者(E9)訪談中得知，經發局認為未來能藉由硬體設施的活化，例如現有之歷史建物等，加上青年人才的導入，透過青創業與商家之結合，使商圈更加活絡。

「…大建物的活化…歷史建物的活化、一般建物的活化，公共環境設施與建設的活化。再交由經發局做媒合的工作，如：媒合青創與商家…」(E9)

### (四) 中區商圈之威脅

#### 1. 治安的觀感與對移工的刻板印象

從受訪者(E8)的訪談中得知，經發局認為中區商圈有兩項威脅，分別為街友問題及移工問題，因街友及移工的存在，民眾對治安的觀感不佳和對外來移工的刻板印象，造成民眾不願意前來中區商圈或是在地人口外移。

「…環境方面有兩大問題…街友問題…移工問題…」 (E8)

「針對第一廣場…並不算是完整的商圈…地主不太希望有異國人士的加入，害怕有治安的問題，於是就不願意把一廣也納入商圈範圍…」 (E8)

## 2. 狹隘思維

此外，商圈發展隸屬於經發局之業務，然而中區商圈愈活絡起來必須依靠中區整體共同努力，若僅從商業角度來探討，或是未結合各不同局處(如都發局來彼此配合與做整體之規劃，將會局限住商圈之發展。

「商圈再生為台中市政府經濟發展局的業務，關心商圈…」 (S2)

「…朝商業方向來振興商業，會有點狹隘…」 (S1)

## 3. 舊商圈開發限制

從受訪內容(U4)得知，電子街主委認為經濟、政治、法律等因素，使中區商圈相較於其他新興商圈在開發上擁有較多限制。

「…新地區的開發比舊市區的開發還要便宜許多，新地區的發展，只要開發的許可下來，新地區大多時候是會替市政府賺錢的；舊市區的開發，有法規上限制且須協調的利害關係人眾多又複雜。」 (U4)

## 4. 消費型態的改變以及新興商圈、市場崛起

由(U1)訪問內容得知，電子街主委認為消費型態的改變，以及網路無實體店面、大型量販店、其他商圈的瓜分市場。

「…民國 70 年代中區為台中最繁榮的地方，中部的四大縣市皆會到台中中區消費。台灣股票崩盤、現代的消費行為已大大改變，無線網路與大型量販店的便利，市場瓜分使中區電子街的商家生存更加困難。」(U1)

#### (五) 各類組織推動中區商圈再發展的過程所遭遇之困難

##### 1. 商家不願承擔創新的風險

根據經發局的訪談資料(E4)顯示，公部門希望藉由文創人才的進入，由政府扮演媒合的角色，讓這些文創人才針對一些歷史老店，用創新的方式重新包裝或改造其產品；然而商家不願承擔文創帶入後可能產生的失敗風險，而政府想出的解決方案是，先調查文創方案在市場的可行性，確定有其價值後才進行推動。

「文創面臨的一大問題是，商家不願承擔創新可能帶來的風險…」(E4)

##### 2. 缺乏對外來資金的吸引力

根據訪談資料(E4)顯示，經發局認為相較於其他商圈中區商圈缺乏對外來資金的吸引力，單靠政府補助很難長久推動一項好的方案，例如中區文化導覽員的培訓，而這將有礙於行銷中區商圈特色。

「相對於其他商圈組織較弱的是，其他商圈都有辦法為自己找資金來源…」(E4)

##### 3. 在地居民的消極心態

根據訪談資料(S4)中，我們可以了解中區商圈因缺乏主動企劃能力只能仰賴政府的補助，而從訪談資料(E2)中，得知經發局亦認為商圈有處於被動的情況，依賴政府主辦活動而非改善自家產品來吸引顧客的心態。有鑑於此，從訪談內容(S6)得知，中區再生基地總監認為應該要除了政府的補助之外，另外尋找適當廠商贊助，挹注不同資源，規劃符合當地特色之策略來吸引人潮。

政府經費有限，無法長時間補助商圈，而居民本身若抱持著消極依賴政府或是其他組織的心態，將影響組織推動中區商圈再發展之成效，亦不利於中區商圈的長久發展。

「台中中區各商圈缺乏主動企劃能力…商圈只能仰賴政府的補助，或是批給廠商…」(S4)

「…辦活動只是個議題概念，是一種操作模式，商家不可過度依賴，應該還是要回歸到自身的商業行如何改善才能吸引民眾來消費。最初都是由政府帶頭，商圈是處於被動的…」(E2)

「…除了政府補助，還另外尋找廠商贊助，加入其他資源。」(S6)

## 陸、可行策略分析

綜合本研究的文獻與訪談資料，根據組織的角色不同對於中區之未來看法而有所差異，以下根據四種不同的角色觀點來探討未來中區之策略發展，進行可行性的分析。

### 一、以「經發局」角度探討

#### (一) 文創概念導入中區商圈

根據訪談摘要(E4)，經發局認為歷史文化是中區的優勢，必須把中區的歷史傳統帶入商圈，不論是透過商品的故事包裝，或是有別傳統零售業的經營模式；經發局希望配合中部的文創相關科系學生加入中區的老店，讓中區有所謂「活水」的進入，才能讓中區的商業永續發展，此外，經發局可以扮演青創與中區老店的結合媒介。

「…希望未來能導入『文創』的概念到商圈，及如何把年輕人的創意帶入老店家…吸引就讀文創相關科系的學生進入商圈，每三個學生為一組來搭配一個店家，替商家規劃與「文創」有關的部分，不管在商品包裝，還是故事上，希望年輕人可以進來，但這需要媒合。」(E4)

#### (二) 舉辦大型活動

中區形象商圈的知名度相較於其他商圈知名度上較為不足，民眾前來台中觀光會想要去逢甲商圈，卻鮮少前來中區商圈，根據(E2)顯

示，經發局是希望透過「辦活動」這項策略，讓消費者願意到中區消費，但經發局也表示商圈的自主企劃能力需要培養，以及另外尋求各方資源的能力。

「藉由活動的方式將商圈特色行銷出去，如：舉辦類似韓國節目「Running Man」的活動，配合網站、報紙、店家本身…讓民眾得知活動資訊…但近年來商圈自己也慢慢的主動推活動，如：電子街的電玩大賽。」(E2)

### (三) 中區必須與交通工具配合，把人潮帶入中區

根據(E10)表示，若中區要能發展起來，交通的規劃是不能逃避的問題。中區一直都是許多交通動線之轉乘點，不論是火車站、市內公車、BRT 快捷巴士藍線還是長程公車皆在中區轉成，而中區本身腹地已較為狹小，設置了如此多大型的交通建設，故相較之下中區的空間是擁擠的，此外中區商圈範圍亦不大，綠地也不多，與中區其他商圈相比舒適度是比較差的，因此中區必須與交通工具配合，才能帶入更多人潮。

「中區應該思考如何跟火車站做結合，讓轉乘民眾願意走到中區來逛逛…」

### (四) 文化的盤整

從(E10)訪談中得知，經發局認為一般民眾或在地居民對於中區的歷史文化並不熟悉，應該針對歷史建築文化、口述故事、文獻資料等進行整合，加深外來旅客和本地居民對於中區的了解。

「…中區真的需要有文化的盤整，以文化的角度再出發，許多建築是非常具有文化的意涵，需要有人去做文化盤整。」(E10)

## 二、以「都發局」角度探討

### (一) 民眾在地意識

中區土地所有權人大多時候將房子出租，之後就等著收租金，因此中區存在許多擁有產權的所有人並不定居於中區，因此中區的社區

居民意識很難凝聚，原因為租店面之店家若想配合，然而屋主卻不願配合則於事無補。根據（P8）訪談內容，都發局認為中區的土地產權人的在地意識必須凝聚，增加認同感，才能使公部門推動政策時有更好的成效。然而各地區之在地意識凝聚是需要用心去經營的，而那是一段長時間的過程。

「中區活化策略，政府做的是維繫，但還是要看當地人，民眾有決心…屋主要願意出來，才能讓政府跨出一步…地域關係加強，增加環境認同感。」（P8）

## （二）法律規範

根據（P8）訪談內容，都發局認為若想要使中區再發展，必須把中區的破舊、不完整的建築、閒置空間，透過法律制定，公權力的行使，讓政府能合法取得閒置空間規劃主導權，進而通行中區發展政策，透過法律的強制性，使中區發展策略能更有效率的推展。

「…用法令立法模式…」（P8）

## （三）非營利組織協助

從受訪者回答（P5）、（P8）得知，都發局認為非營利組織在中區再發展過程中扮演相當重要的角色，透過非營利組織的協助，使公部門在執行各項政策時之成效大幅提升，因此要讓中區活化之關鍵，非營利組織之存在是必要的。

「…中區再生基地喚起民眾認同感…」（P8）

「中區傳統文化層面一天天消失掉…中區再生基地朝此方向去推動…很有心，102年一年多的合約到期，但中區再生基地有自己想法，繼續自行承租下去。中區再生基地自身努力媒合，與政府只有部分是有合約的，有些是依據自己的想法找出中區活水。」（P5）

## 三、從非營利組織探討

### （一）中區再發展思維，必須套脫商業思考

根據（S1）訪談內容指出，中區再生基地總監認為中區的重新發展，

應跳脫舊有的狹隘中區商圈思維，中區商圈的復興，不論是公部門或私部門一直都在努力，長時間下來投入了許多資源，但在成效上中區並無明顯復興成果，因此其認為以商圈的復興來帶動整個中區是一種錯誤的策略思維。

「整個中區再都市計畫中劃分為商業區，但是不能把商業區視為商圈，朝商業方向來振興商業，會有點狹隘。…探討台中市中區發展，不能只看電子街、繼光街、自由路商圈的發展。」(S1)

## (二) 中區特色行銷

中區再生基地總監認為若商圈要有良好的發展，必須要透過符合中區特色的大型活動來行銷，例如配合中區的移工文化，利用當地有許多異國料理的特色，舉辦異國料理節慶來吸引人潮。

「…符合當地特色以吸引人潮，例如當地有很多異國料理，可以舉辦異國料理節慶…」(S6)

## (三) 緊湊城市

根據(S7)的訪談，因為中區範圍非狹小，整個中區其實是全程徒步行走即可到達的距離，具備緊湊城市的概念，為非常適合老人居住的都市型態，訪談者認為中區未來的再發展，能配合目前台灣人口老化的結構來策略性規劃。

「中區是很緊湊的城市，是步行範圍可到達的距離，不須要騎摩托車或開車，因此中區就長遠來看是有很潛力的，適合老年人居住，相當適合高齡化的都市型態。」(S7)

## 四、從店家、里民角度出發

### (一) 過去中區歷史文化建築重建，觀光旅遊的加入

根據(U5)訪談內容，電子街主委認為，文化歷史建築是中區有利的資產，可以透過政府空間的規劃，重現當時日治時期的生活場景，在地店家相信重現當時歷史背景的風貌，能幫助中區吸引人潮。

「如何找回『中區原來的風貌』是目前最須先思考的問題，中區這些

具有文化意涵老建築物，是中區有利的資產……中區有哪些亮點可以吸引別人，若這些中區的老建築做後續維護與改造，把過去中區百年前的生活方式重現中區。現在中區很成功的「宮原眼科」…若中區能把某年代的停滯當作其特色，是可以來做觀光旅遊。」(U5)

## (二) 文創商業、企業精品店的導入

訪談內容(U10)指出，電子街主委認為林佳龍市長所構思的方案，台中都市再生公司的建立，可以先從企業的進駐開始，使中區有能力吸引有消費能力的顧客，另外年輕人必須加入中區，藉由企劃能力的引入，使商圈集中區整體永續發展，另外，因為中區讓大眾一直停留在古老的、傳統的印象上，所以中區除了現有的商業發展，也可以加入傳統的產業，例如：染布等等，再透過文創的方式來發展。

「『台中市都市再生公司』可以從三個層面下手，其一中區的老建築；可以形成「有味道」的商業空間，也可以有具體的拍攝景點來「回到過去」，其中區的交通，其三為企業的進駐；例如宮原眼科、文創商店等等，年輕人要繼續把創意、文創帶入…」(U10)

## (三) 交通改革、環境美化

若要使中區成為能吸引顧客的地點，必須將中區紛亂的交通問題先處理，中區是很多轉乘人口停車的地區，根據電子街主委的訪談(U16)，中區的交通需要政府強制進行管制，訪談者認為可以把中區的中正路規劃成行人徒步區，另外再多建設地下停車場，即可有效地減少中區機車亂停的現象，當中區的空間因私人交通車的減少，空間的舒適度便會增加，再透過環境的綠美化，吸引人潮前來中區，使中區能更加活絡。

「…另外，如果把中正路規劃為只有 BRT 和行人能通行的道路，周邊馬路亦改為行人徒步區，禁止汽機車進入…並綠化周邊環境，使其成為如法國香榭大道的林蔭大道，一方面可以改善中區交通的亂象，一方面又能綠化環境，更能改善中區經濟發展。」(U16)

## 柒、結論與建議

根據前文所作之分析，研究者於本文最後從交通、空間活化、商圈產業、文化及其他不同的層面，提出研究建議，以供各方參考：

### 一、交通層面

#### (一) 徒步區的串連

現有的徒步區為繼光商圈徒步區、電子商圈徒步區和自由商圈徒步區，這些徒步區因商圈彼此之間的距離加上主要幹道的阻隔，呈現片段分佈的情況，這使得消費者必須穿越馬路才能抵達下一個商圈，若能串連這些徒步區將能創造旅客逛街上的便利性，吸引更多的消費者來中區消費。

#### (二) 限制車輛、停車場動線的規劃及方向的指引

相較於台中的其他商圈，中區的棋盤式規劃其實是最適合以步行來取代車輛的方式來進行逛街，點與點間的距離因棋盤式的四角設計而容易串連，但必須要有限制車輛的前提，方能創造出優質、慢活、安全的徒步環境。現階段中區商圈的主要停車場大多分布在商圈外圍；透過指標引導的建立和內部動線如何與停車場串連的規劃設計出一條旅遊路線，這樣才能讓消費者願意把車停在商圈外圍再借由步行的方式逛中區。

#### (三) iBike 系統和 TOD 發展模式(Transit Oriented Development)的導入

除了徒步外，若能導入 iBike 系統或是以公共運輸為主的 TOD 發展模式，其環境設計是對於行人友好的，可以有效控制步行空間，這樣的方式或許能更有利於行人徒步環境的建立，民眾也更願意將私有運具停放在外圍的停車場。同時若能運用這些大眾交通來連接火車站，將能善用最後一里路的概念，將轉乘人口帶入中區。

#### (四) 台鐵設置旅遊服務資訊中心

如何抓住轉乘人口善用中區靠近重要交通樞紐的地理優勢，除了內部觀光要做好外，若能在轉乘點設置提供旅遊資訊和諮詢的

站點，方便旅客以外還能替中區的旅遊做行銷。

## 二、空間活化層面

### (一) 第一廣場的建築外觀、環境空間的改善

第一廣場的位置介於中區商圈和台中火車站之間是中區的門面，然而因為建築物的老舊，使得第一廣場缺乏舒適的消費空間；加上外來人口的聚集，導致環境的髒亂。如果能針對第一廣場的建築外觀、環境空間做改善，將能吸引更多來自火車站的轉乘人口，進而與中區商圈做串連。

### (二) 緊湊城市之潛力，適合高齡化的都市型態

街廓適合步行是緊湊城市的潛力，而這種潛力將能有效的呼應低碳和高齡化時代的來臨，生活圈的緊密透過徒步區的設置及輕型大眾運輸工具的配合，將能塑造適合高齡化社會的居住環境。

### (三) 歷史建築及老舊建築的再利用

歷史建築是中區的資產，如台中州廳、市役所…等，這些具有歷史價值的建物若能代入文創產業，借鏡國內各文創園區的概念，發展屬於中區特有的文化風格。此外，中區有許多閒置的老舊建築透過外觀的修整及內部的改造，不管是商業用途或非商業用途都能成為一個亮點，宮園眼科就是一個成功的例子。

### (四) 整頓街道和騎樓的舒適度

機車的停放和攤販的外擺是造成騎樓舒適度降低的原因，雖然有些地點有設置徒步區，但也因為成效不足而開始有機車的停放；沒有設置徒步區的地點，還是有賴於騎樓的通行，因此騎樓的舒適度大大影響消費的舒適感。

## 三、商圈產業層面

### (一) 中區整體特色行銷，而非僅行銷商圈

過去對中區的特色行銷大多著重在商圈的部分，數個商圈彼此

都有各自的特色，並沒有一個特色能代表整個中區。直至今日已開始慢慢重視中區意象的重要性，而這意象可以建立在中區的歷史背景上，如何將中區的故事與各商圈做結合，不單是以商圈進行行銷而是要行銷整體，建立中區的品牌。

## （二）中區的老建築之文化傳承及創新規劃

正如前述所提如何型塑中區的意象，很大的挑戰是將老舊的文化傳承外還要透過創新將其發揚。建築物的背後牽涉到一個地區的發展史，透過背後故事的導覽除了能讓消費者在心靈層面貼近中區，還能透過居民自發性的參與而凝聚當地人的心，這對社區營造是很大的助力，透過這種故事行銷的方式來營造中區的意象。

## （三）創新人才導入，結合創新理念、文化與產業

中區有許多的老店，應該以文創的概念發展藍海策略，來避開興新商業模式的紅海競爭，針對商品在保留傳統下做創新的設計，透過客製化的小眾服務來確保服務品質，如此小店面才能吸引更多的新顧客。

## （四）提升商圈企劃能力，與聚集資源的能力

現階段商圈組織缺乏企劃能力和動員能力，導致商圈組織往往處於被動的階段，與其等待政府的補助不如應該積極尋找廠商的贊助。中區對於外部投資的吸引力可能不如西門町，很大的原因是因為硬體的部分不能做很大的改善，然而並不代表中區沒有潛力，如能從軟體面開始培養，相信也能吸引外界的投資。

## （五）擴大商圈資訊的提供，吸引人潮

近年來商圈透過辦活動的方式來行銷商圈，然而卻因為行銷的不足而變成在地的活動；商圈組織應該要建立一個共同商家的網路平台，藉由網路的平台來擴大商圈及各商家的資訊，方便消費者取得以吸引人潮。

## 四、文化層面

### (一) 打破對移工的刻板印象

移工的刻板印象分為內部和外部，內部係指中區商家對於第一廣場的排斥和不願接納；外部係指消費者對移工所帶有刻板印象。第一廣場是中區的一部分，相較於中區的漢人和日本文化，擁有異國文化的第一廣場販賣著許多東南亞特色的小吃和商品，在台灣的新住民文化及多元文化的趨勢下，應該將其推銷成為中區的一項特色。然而在建築物老舊環境髒亂下，變得不太吸引一般消費者，消費族群主要是東南亞的移工，也因為一般民眾對移工多多少少會帶有一點刻板印象，次等公民或外來勞工的觀念潛藏在一般民眾、當地商家甚至政府部門，導致第一廣場成了一個封閉體系。因人口的聚集而導致環境髒亂，政府應該配合移民署或環保署來進行宣導，而非單純派清潔人員進行這種治標不治本的改善方式。除了要對移工進行輔導外，也應該鼓勵當地商家多與第一廣場合辦活動，推銷當地的異國美食。

### (二) 藉由社區營造，凝聚在地認同與共識

中區的歷史文化是中區商家和居民共有的，也是他們的黏著劑，然而社區營造在中區面臨的困難是本地人口的外移，當地地主多不在中區，這種外移現象對社區營造較負面。民眾對於地域之認同，影響政府推動政策之成效，現階段若能以那些老店家為首配合商圈組織的籌劃，藉由文化的盤整來喚起中區人民對過去繁榮的懷念，並著手進行由下而上的社區營造，賦予老舊商圈新的生命力。促進中區之發展，有賴於社會資本之累積，民眾認同在地文化，有身為中區一份子的義務感，增進民眾與地域關係之連結，提升參與度，同時信任政府，將有利於政策落實，促進中區發展。

### (三) 文化的盤整及導入中區的歷史導覽人員

對於中區的歷史文化的了解度，除了當地耆老或文史工作者外，一般民眾或在地居民卻並不熟悉，應該對建築文化、口述故事、文獻資料做盤整以整合成一部中區文化發展史，藉由導覽人員的培訓和文史館的展覽等，加深外來旅客和本地居民的了解。

## 參考文獻

1. 洪慧琛，(2008)。西門町舊商圈再生調查研究。中國文化大學建築及都市計畫研究所碩士，未出版，台北市。
2. 張欽智，(2014)。台中市中區商圈活化政策之探討—以西門町形象商圈個案為借鏡。東海大學行政管理暨政策研究所碩士，未出版，台中市。
3. 伍南彰，(2008)。從商圈消費者需求及店家經營模式建立本市商圈最適輔導管理計畫之研究。從商圈消費者需求及店家經營模式建立本市商圈最適輔導管理計畫之研究(經發處)，未出版。
4. 陳清文，(2003)。台灣形象商圈的形象策略及視覺識別設計之研究。國立台灣師範大學美術學系碩士學位論文，未出版，台北。
5. 李孟熹，(1993)。「現代商店街整體包裝共存榮」，錢雜誌，P. 98。
6. 蕭雅帆，(2009)。都市傳統商圈再造問題之研究-以台北市天母商圈為例。國立台北科技大學建築與都市設計研究所碩士學位論文，未出版，台北。
7. 陳世輝(2005)。台北市商店街區發展政策推動機制與成效之研究。銘傳大學公共事務研究所碩士論文。
8. 李孟熹(1991)。商圈商品流通要訣，2015年2月7日，取自：  
<http://www.goodpartner.idv.tw/index.php?load=read&id=126>。
9. 陳德榮(2012)。公有閒置土地再利用於社區發展之研究—以水上鄉為例，2014年12月27日，取自：  
<http://nhuir.nhu.edu.tw/retrieve/21466/100NHU05750006-001.pdf>。
10. Dunn, W. N. , (1994) 。Public Policy Analysis 。An Introduction, N. J. 。Prentice-Hall 。
11. Dye, T. R. , (1987) 。Understanding Public Policy, N. J. : Prentice-Hall. 。
12. Guba, E. G. and Lincoln, Y. S. , (1989) 。Fourth Generation Evaluation, 。C. A. : Sage 。
13. Harmon, M. M. and Mayer, R. T. , (1986) 。Organization Theory for Public Administration, 。Boston: Little, Brown 。
14. Morgan, G. , (1983) 。Beyond Method: Strategies for Social Research, C. A. : Sage 。

## 附錄一：訪談附錄

請帶幾據說「相關受訪人的選擇標準及訪談對象為誰，…詳細受訪資訊請見下表。本研究訪談對象包括第一、二及第三部門的人員，希望能納取各方意見，使研究者能從不同的角度切入此議題

單位與職稱	受訪者	訪談方式	訪談時間
都市發展局同仁	P 先生	電訪	2015/1/12 15:00~15:30
經濟發展局同仁	E 小姐	面訪	2015/1/9 16:00~17:00
電子街行人徒步區商家代表	U 先生	面訪	2014/12/25 10:00~11:00
中區再生基地 總監/東海大學建築系教授	S 教授	面訪	2014/12/26 14:00~15:00

### 一、都市發展局 P 先生訪談摘要

◆ 中區範圍界定清楚，本身在日本時代都市計畫下道路井然有序，都市紋理尺度符合人性。(P1)

◆ 規劃上舊房子不見得要拆除，可以將老屋活化，鼓勵舊房子屋主與商業做媒合。但是產權人複雜，政府要多花點心力，先從簡單的做起，產權複雜的部份利用公權力做另外模式處理。像是綜合大樓、千越百貨產權比較複雜，因此從簡單的產權人先推，像是個別店家、街屋住家先推動。(P2)

◆ 中區交通停車位不足，建蔽率 80，本身很密集，從以前商業區密度容量來說，需求停車位換算實際停車位是不足的，停車位要重新檢討，公部門有容積率轉換的方式去處理。(P3)

◆ 中區在地凝聚力不足，公部門從 90 年推環境改造，花很多經費，至少幾億，成效上沒辦法很明顯。當地居民認為政府幫忙是應該的，應

該喚起大家的凝聚力，由非營利組織的耕耘加上公部門的協助，像是都發局、區公所去看有哪些閒置空間可以做活化，看看那些屋主願意站出來、那些屋主願意參與社區營造，這幾年藉由社區營造進駐中區，喚起民眾決心，喚起他們對中區的認同，認同中區原有的紋理，也就是日據時代留下來的文化，喚起民眾對以前的文化層面，既有文化認同，覺得住在中區還不錯。(P4)

◆ 中區傳統文化層面一天天消失掉，味道就沒有了，有好伴、中區再生基地朝此方向去推動，特別是中區再生基地很有心，102年一年多的合約到期，但中區再生基地有自己想法，繼續自行承租下去。中區再生基地自身努力媒合，與政府只有部分是有合約的，有些是依據自己的想法找出中區活水 (P5)

◆ 政府局處協調部分不佳，經發局負責商圈，產權的完整屬於都市更新科。傳統文化要有文化局想法，要有整合機制，去做整合各單位。(P6)

◆ 中區再造成效指標，例如從觀光旅遊局來看，旅店多是不是開幾家、區公所人口數增減、閒置的空間減少、多開了幾家店、商業登記比較等。近年來中區有很多老屋拉皮做旅店，這幾年來政策開放，因此旅店有增加。(P7)

◆ 中區活化策略，政府做的是維繫 但還是要看當地人，民眾有決心，透過這部分盡量去媒合，屋主要願意出來，才能讓政府跨出一步，中區文化層面拉高，地域關係加強，增加環境認同感。中區再生基地喚起民眾認同感，或是用法令立法模式，若是組織再生公司，就是更複雜的層面了，要有配套措施。(P8)

◆ 中區商圈沒落，本身覺得是沒有停車場和大型購物中心，多是個體小型經營模式，沒有大的部份去支持。中區商圈犯罪率沒有很高，晚上沒甚麼人，自己認為沒甚麼犯罪率，外勞的話只有假日吧!(P9)

## 二、經濟發展局 E 小姐訪談摘要

◆ 台中市有 23 個商圈，中區經發局認定的三個商圈(繼光、電子、自由)；基於示範點的考量，這些商圈是經發管理的範圍。經發局對這些

商圈的管理範圍，只有店家，中區不可能所有消費行為的店家，都屬於經發局的管轄範圍；但就資源分享的概念，靠近這些商圈附近的店家，是可以一起分享政府的資源整合，例如：辦活動等等。整個中區都是商業區，對於中區再造各局處有各局處的權責，如：都發局針對建物、文化局針對文化特色、商業科針對商圈的活絡。有很多單位也都在做中區的再活化，所以當彼此在討論時，都會希望不要做到資源重複，而大家也都有這樣的共識。(E1)

◆ 藉由活動的方式將商圈特色行銷出去，如：舉辦類似韓國節目「Running Man」的活動，配合網站、報紙、店家本身…讓民眾得知活動資訊；辦活動的限制在於，店家需要經營生意無法全權配合。辦活動只是個議題概念，是一種操作模式，商家不可過度依賴，應該還是要回歸到自身的商業行如何改善才能吸引民眾來消費。最初都是由政府帶頭，商圈是處於被動的，但近年來商圈自己也慢慢的主動推活動，如：電子街的電玩大賽。政府期許這些商圈能自我成長，不要過度依賴政府單位，政府應該要扮演的是督促的角色。更早之前，經發局有嚐試培養一群商圈導覽員，透過這批人員來做中區的歷史講解及介紹商家的特色，讓來到中區的人更了解中區；然而因為店家配合度問題、導覽人員的經費和人力有限，在 103 年停止了。(E2)

◆ 三個商圈的特色與優勢為，都市商圈的「老店家」，有歷史傳統上的優勢，擁有一定的客源；然而卻缺乏創新將會是一項劣勢，經發局希望他們能把歷史文化的概念帶入商品或帶入一些新元素，藉此吸引更多外來人士。有些商家在中區已開始進行創新，在轉型的過程中若能保有傳統，同時又能在傳統上加入其他元素，將會是一大優勢，如：加入養生概念的太陽餅。培養店家發展自我特色和屬於自己的產品，商品或服務結合在地文化，使人民「有感覺」，讓他們認識中區對中區有感，才能吸引更多人來中區消費，如：中區部分的老藥局，可以透過老藥劑師知道一些中區的故事；所以說中區的傳統可以是中區的一大優勢。自由商圈內的商品相似度，為中區商圈的優勢；這樣「集市」的概念，反而因為大家都賣太陽餅，所以會願意一起合作，且商品的主題明確容易吸引想買此商品的消費者到此購買。(E3)

◆ 政府希望未來能導入「文創」的概念到商圈，及把年輕人的創意帶入老店家；依現有的思考方案為：吸引就讀文創相關科系的學生進入商圈，每三個學生為一組來搭配一個店家，替商家規劃與「文創」有關的部分，不管在商品包裝，還是故事上，希望年輕人可以進來，但這需要媒合。文創面臨的一大問題是，商家不願承擔創新可能帶來的風險，對此政府思考出方案是，透過網路市調，先取得「改造後商品」的價值性，確定「改造後商品」對市場的適應性、接受度，再來說服店家做再開發的動作；另外帶入文創市集的概念，讓每家店都能有創新。中區商圈相對於其他商圈組織較弱的是，其他商圈都有辦法為自己找資金來源，自己來做媒合，但中區還是無法。(E4)

◆ 在環境改造這一方面，針對髒亂的地區，政府會跟店家協調，透過各個店家所繳納的公費，來請街友打掃街區；達到兩全其美的局面。(E5)

◆ 交通問題方面，停車位主要集中在主商圈之外，但使用率不高。因此如何使民眾願意把車停在外圍，藉由指標的建立空間的改善，讓民眾願意以步行的方式進入中區，將是政府的一大課題。(E6)

◆ 「空間的不易改造」一直是中區再造很大的瓶頸，單一區塊的產權太過複雜且難以整合，「產權問題」若不解決，空間改造便不容易。另外，商業發達後，土地擁有者繳的地價稅與房屋稅，遠遠不及擁有者利用土地所賺取的房租，這往往使得地主不願意做房屋的改造，政府認為這是政策面的問題；且中區的公有地不多了。(E7)

◆ 針對第一廣場，有一面屬於商圈範圍，有一面屬於綠川西街，它並不算是完整的商圈；原因在於繼光街商圈組織有很多是地主，地主不太希望有異國人士的加入，害怕有治安的問題，於是就不願意把一廣也納入商圈範圍。若是以商家的立場，反而會有不同看法，商家會希望人愈多越好，因為也可能是它的消費群；所以在商圈組織部分，還是會因為角色的不同，不同利害關係下而有不同的看法。環境方面有兩大問題(街友、移工)，街友問題的解決上，曾考慮過是否也能將繼光街街友掃地的成功案例帶入一廣；移工問題的解決，主要還是要從民眾的價值面做改變，透過警察局、環保局與移民署的加入，但必須以不同的思維來運作，環境、安全、空間上的改造，才能把一廣打造成高級異國區，裡面

的異國特色才可能行銷出去。(E8)

◆ 新市長推動的中區再造中，先交由都發局來規劃，分為：大建物的活化(例如鐵路高架化)、歷史建物的活化、一般建物的活化，公共環境設施與建設的活化。再交由經發局做媒合的工作，如：媒合青創與商家，但青創的資本額小，沒辦法媒合大型建物，往往只能選擇小店面，像一般小建物的空間；然而小空間是可以做結合串聯的。(E9)

◆ 建議方面，中區應該思考如何跟火車站做結合，讓轉乘民眾願意走到中區來逛逛，這與空間活化改善是有很大的關係的。中區如果真的要有效的再發展，需要一個統籌的單位，不然資源會太分散。中區的發展應該要有策略性，以西門町為例，其成功的最大的原因在於捷運的開口，地方才逐漸活起來後政府才做公共設施的投入，讓商圈來運用，這些商圈透過公用建設營運的方式讓資源進來，收益部分繳國庫，部分給商圈來運用；另外企業也不斷的自主投入西門町，使西門町的店家又可以運用企業的資金來不斷活化西門町本身，達到永續發展。中區缺乏吸引力來使企業願意投資，中區如果能創造一個話題性，例如宮原眼科對面那一片牆，放中華電信金城武的廣告，那效益會是非常可怕的，因為找不到有這麼大的牆面！但最直接的困難是，如何解決產權問題，要如何與產權所有者溝通、整合，這會是很大的問題考驗。西門町商圈的成員，角色區分非常細，甚麼樣的人可以參與策略，不同角色各有不同的議題任務，有區分為地主、有繳費商家、無繳費商家；中區目前的商圈組織還無法區分這麼細。中區真的需要有文化的盤整，以文化的角度再出發，許多建築是非常具有文化的意涵，需要有人去做文化盤整。(E10)

### 三、電子街主委/店家 U 先生訪談摘要

◆ 民國 73 年來到中區商圈創業發展，當時台中的都市計畫只到五期，七期還未出現，民國 70 年代中區為台中最繁榮的地方，中部的四大縣市皆會到台中中區消費。台灣股票崩盤、現代的消費行為已大大改變，無線網路與大型量販店的便利，市場瓜分使中區電子街的商家生存更加困難。(U1)

◆ 民國 89 年時，政府首先強勢的作為是對巷道整治、拆除違建與雨遮、驅離攤販與招牌。中央內政部當時亦推行「改造城鄉新風貌」，台

中獲得了接近 2200 萬的預算，中央透過地方政府堆此政策時，電子街商圈每次公聽會出席都最踴躍，所以後來有約 1880 萬的資源(U2)

◆ 電子街全部改造完成後，經濟部商業司有一個三年三階段的輔導計畫，從軟體層面來改進商圈，把當初電子街的籌備會改成電子街委員會，為正式的商圈組織對政府的對口單位(U3)

◆ 新地區與舊市區最大的差異，是有無文化的差別，新地區的開發比舊市區的開發還要便宜許多，新地區的發展，只要開發的許可下來，新地區大多時候是會替市政府賺錢的；舊市區的開發，有法規上限制且須協調的利害關係人眾多又複雜。(U4)

◆ 如何找回「中區原來的風貌」是目前最須先思考的問題，中區這些具有文化意涵老建築物，是中區有利的資產，但這些現在沒有在使用的閒置空間，如何變成有價值的房舍，現在中區所有大大小小的飯店，如何吸引外來的觀光客來中區旅遊，中區有哪些亮點可以吸引別人，若這些中區的老建築做後續維護與改造，把過去中區百年前的生活方式重現中區。現在中區很成功的「宮原眼科」，就是把中區的老建築做文化保留與文化復健，整個外觀有某年代的停滯，綜使是原始老外貌，但內部還是現代化的，符合現代人的需要，若中區能把某年代的停滯當作其特色，是可以來做觀光旅遊。(U5)

◆ 台中市推的政策，中區民眾為何會不接受，我認為民眾的反對，是因為看不見台中市政府想對中區未來的詳細藍圖，並未做整體的規畫。中區再生基地，我認為他對中區最大的努力，是在於對中區文化資產的保留，中區再生基地也做了一系列對中區未來規畫模型，但是重點是，當中區再生基地跟民眾做解說時，在地的居民大多都看不懂到底「中區未來的藍圖」是甚麼？大多數民眾看不懂、聽不懂，如何讓民眾接受呢？(U6)

◆ 交通問題，一直都是中區的摩托車亂象，因為規劃的停車格目前的數量是不夠的，而且附近也沒有大型的停車場可以擺放，而且中區許多的機車大多是來中區轉乘，而並非來中區消費，通常轉乘人口機車停放就是一整天，沒有流動性，機車現在都違規停車，警察大多都睜一隻眼，閉一隻眼，皆在騎樓亂停，或與車爭道。未來中區需要有大型的免費停車場，公車都可以八公里免費，機車為何不行。(U7)

◆ 中區治安問題不大，的確外勞在第一廣場的聚集多多少少會有治安問題，因為文化的差異，會打架。(U8)

◆ 中區的商圈組織與當地里長，把政府對中區商圈的藍圖，挨家挨戶的向商家宣導，也可以給予市政府意見，具有溝通協調的功能，使政府推動公共政策能更加容易，為政府與人民間的潤滑劑，(U9)

◆ 「台中市都市再生公司」可以從三個層面下手，其一中區的老建築；可以形成「有味道」的商業空間，也可以有具體的拍攝景點來「回到過去」，其中區的交通，其三為企業的進駐；例如宮原眼科、文創商店等等，年輕人要繼續把創意、文創帶入，也可以有傳統、具有歷史文化的手工業。若中區交由再生公司來主導再造，私有房屋權屬於人民的，由政府來總籌處理，之後再還給人民，這樣是好事，因為唯有整個區域復興，房價才會起來；另外中區的公有地或空地，可以做停車場、綠化、創意彩繪等等。(U10)

◆ 希望政府在商圈辦活動時，為街區留些什麼，讓活動不只是活動。(U11)

◆ 期望電子街做為一個商圈，它的形象是被定位為「科技城」，所以必須先要有視覺上的特色，還要結合外在趨勢的網際網路做網路行銷，若只是片面的以產品來削價競爭，是不可能贏的過大型量販店的。(U12)

◆ 一廣聚集的許多外勞的消費，另外東南亞中各個國家文化習慣都不同，會容易起衝突，若在自己東南亞的區塊，有自己國家的區別意識，我相信衝突是會減少的，但就一廣的建築是毫無東南亞的特色的，若要把東南亞是為一廣的特色，政府必須先做些建築門面的拉皮，與一廣附近的公領域，政府要開始動作時，可以先透過非營利組織來做協調。

(U13)

◆ 都市有河川的經過，是非常好的；河川是都市的命脈，是都市的血管。(U14)

◆ 中區目前最重要的事，如何找回過去的舊風貌，改善交通的雜亂，整頓改造街道建築；要先把中區的「雜」、「亂」、「髒」先解決掉。(U15)

◆ 另外，如果把中正路規劃為只有 BRT 和行人能通行的道路，周邊馬路亦改為行人徒步區，禁止汽機車進入，路旁商店改成精品店家，並綠化周邊環境，使其成為如法國香榭大道的林蔭大道，一方面可以改善中

區交通的亂象，一方面又能綠化環境，更能改善中區經濟發展。(U16)

◆ 未來鐵路高架化後，我是看好中區的，鐵路高架化後可以把大里、太平的消費者帶入中區(U17)

#### 四、中區再生基地總監/東海大學建築系教授 S 先生訪談摘要

◆ 整個中區在都市計畫中劃分為商業區，但是不能把商業區視為商圈，朝商業方向來振興商業，會有點狹隘。台中市中區包含電子街、繼光街、自由路商圈三個商圈，探討台中市中區發展，不能只看電子街、繼光街、自由路商圈的發展。(S1)

◆ 商圈再生為台中市政府經濟發展局的業務，關心商圈，因此中區活絡不起來。中區雖為商業區，很多與商圈無關，居住的有各式各樣的人(S2)

◆ 經發局在軟體部分補助中區商圈舉辦活動，例如年貨大街、卡拉 ok 大會、特殊假日例如中秋節活動等等，但預算不多。硬體設施的建設，有十幾年前由經發局爭取預算設立之繼光街步行街、路燈等設施，但是現在只剩下硬體路面步行區，旁邊店面都關閉了，硬體做起來，不一定會有生意。(S3)

◆ 台中中區各商圈缺乏主動企劃能力，店家多半年紀很大了，主委年齡高，沒辦法規劃出有在地特色的構想，商圈只能仰賴政府的補助，或是批給廠商，例如繼光街年貨大街與外地廠商簽約，但是都是當地不相干的產品，或是在外地就可以買到的產品，當地只能收取租金。(S4)

◆ 商圈只能仰賴政府的補助，電子街商圈組織會費之繳納，現在景氣不好許多人並未按時繳交，電子街商圈組織多半仰賴經發局的預算。加上租店面之商家並非當地居民，沒有情感上的投入，使商圈活絡效果有限。(S5)

◆ 符合當地特色以吸引人潮，例如當地有很多異國料理，可以舉辦異國料理節慶。另外還有主動企劃能力，除了政府補助，還另外尋找廠商贊助，加入其他資源。(S6)

◆ 中區是很緊湊的城市，是步行範圍可到達的距離，不須要騎摩托車

或開車，因此中區就長遠來看是有很很有潛力的，相當適合高齡化的都市型態。(S7)

◆ 關於政府單位之間協調，例如繼光街年貨大街，由經發局向交通局提出申請進行封街。然而政府單位分工，各局處各做各的，例如經發局、文化局、都發局之間，政府缺乏橫向溝通，跨局處溝通相當困難，這是很大的問題。例如里長抱怨，從前路燈損壞，只需要找建設局，而現在路燈有很多管理單位，像是下面燈與上面燈隸屬不同政府單位，相當複雜。(S8)

◆ 改善方法為牽涉到跨局處的單一窗口，增加跨局處溝通，中區再生基地做的即是跨局處的東西，包括文化局、經發局在做的。此外，現有體系裡有橫向溝通的機制，或是上層政治人物的重視，底下單位才會跟進。(S9)

◆ 經發局發包給企畫公司進行商圈輔導，例如台灣紅。但是成效不好，因公關公司未真正投入輔導(例如廠商為了湊業績，把店家自行裝修店面當作業績)或是未對症下藥，要讓商圈活絡，不可以只是從商業的角度去看，切入觀點的問題。(S10)

◆ 例如企劃公司製作商圈地圖，只針對商圈做行銷，吸引不到人。行銷不可以只行銷商圈，要行銷整個中區，因為前來中區商圈的人，像是背包客來中區並非只是因為商圈。而中區再生基地以大墩報(青創、老店、小吃等主題)提供年輕人有吸引力資訊來吸引人潮前來中區，順便去商圈消費。(S11)

◆ 經發局思維，切入角度不同，振興中區就要把人潮帶入，但是夜店真的好嗎? 2011年阿拉夜店大火，政府透過廠商輔導八大行業夜店進入中區，但輔導兩年無成效，且中區當地居民不樂意八大行業進入，不願意承租給特種行業。中區有很多空屋，公部門若將空屋變成社會住宅，非營利組織介入輔導弱勢進入，像是中區再生基地媒合大樓與遊民容中心，然而當地反對，有許多問題。(S12)

附錄二：文獻分析所獲之中區 SWOT 分析結果

表三：自由路商圈、繼光街商圈及電子街商圈 SWOT 分析

商 圈	內部		外部	
	優勢(S)	劣勢(W)	機會(O)	威脅(T)
自由路 商 圈	糕餅聚集之街區，街區現存有 多家老字號之 糕餅店，特色商 品以「太陽餅」 著稱。	1、市區老 舊、街道駢 亂無章 2、缺乏與糕 餅公會間之 良性互動。	1、以製作販賣太 陽餅的老字號 商家最為著 名，可作為未來 街區發展的號 召主題。 2、街區上辦公大 樓的消費族群 是亟待開發的 潛在客層。 3、自由路商圈管 理委員會已立 案通過，對提振 中區商機具有 指標性作用。	1、交通不 便，導致業 者出走，空 屋率高。 2、產業結構 轉型。 3、新興商圈 興起。
繼 光 街 商 圈	1、為台中市 早期發展的 商業型街 道。 2、產業類型 多樣，包含 布莊及食 區、服飾 店、精品雜 貨、日用 品，現為青	1、管委會整 合不易。 2、封街時段 車輛管制不 易。	1、繼光街靠近台 中火車站，為台 中市重要的交 通樞紐。 2、附近補習班群 聚帶入人潮。	1、公共設施 維護不易。 2、商店街主 題不夠明 確，商品特 色不足，招 商不易。

	少年商品為主的綜合性商店街。			
電子街商圈	<p>1、電子街之商品主題性明確。</p> <p>2、每家都是自行經營，待人親切、議價空間有彈性。</p>	<p>1、老舊房屋權屬複雜，改建不易。</p> <p>2、機車管制不易。</p> <p>3、盜版光碟攤販不易驅離。</p>	<p>1、鄰近台中火車站交通便利。</p> <p>2、電子街是屬於3C 電子商品的聚集，自然吸引追求新奇電子商品資訊之消費者。</p>	<p>1、活動廣場缺乏，缺乏年輕消費族群的展演空間。</p> <p>2、與延伸之美食街主題不同，難以結合。</p>

資料來源:修改自伍南彰(2008)從商圈消費者需求及店家經營模式建立本市商圈最適輔導管理計畫之研究