臺中市政府 108 年度市政發展研究論文獎助計畫

國立雲林科技大學創意生活設計系

眷村空間轉型青創基地之魅力與負面因子分析-以台中光復新村為例

Analysis of Attractive and Negative Elements of Creative Spot Transferred from Military Dormitory Village— Taking Taichung Guang Fu New Village as an Example

研究生：羅湘宜

指導教授：黃世輝 博士

論文完成日期：中華民國 108 年 8 月 22 日

摘要

光復新村透過摘星計畫的協助成功轉型為青創基地，引進青年們一同在此創業築夢，讓光復新村活絡起來。研究目的如下: (1)分析「光復新村」魅力因子與負面因子，(2)分析青創駐點店家、文資保存者、消費者對於「光復新村」魅力因子與負面因子差異，(3)驗證「光復新村」魅力因子與分析負面因子。研究發現：(1)光復新村魅力因子主要可分為 8 大類別、負面因子可分為 10 大類別，(2)魅力因子中「眷村環境舒適宜人」最受重視，負面因子「青創基地策略、管理不協調」最受重視，(3)青創駐點店家、文資保存者、消費者在魅力因子與負面因子有部分認知差異，(4)問卷分析得知女性較男性重視「舊空間再利用具有吸引力」、「協助青年育成、孵化」、「具有多元性的體驗活動」，(5)問卷分析得知 25~34 歲的年齡層，對「舊空間再利用具有吸引力」魅力因子最為重視，(6)透過 KJ 法，可得 3 項最高提及次數負面因子。

關鍵字：眷村、光復新村、舊空間活化、摘星計畫、青創基地、負面因子、魅力因子。

目錄

摘要 i
目錄 ii
表目錄 iii
圖目錄 iv
第一章　緒論 1
1.1　研究背景與動機 1
1.2　研究目的 1
第二章　文獻探討 3
2.1　閒置空間與舊建築再利用 3
2.2　眷村空間再利用 5
2.3　青創基地的發展 6
2.4 青創基地的魅力點與負面因子 8
第三章　研究設計 10
3.1 研究架構 10
3.2 研究方法 11
3.3 研究對象 14
第四章　光復新村魅力因子與負面因子分析 16
4.1 三族群對於光復新村魅力因子與負面因子分析 16
4.2 建立光復新村魅力與負面評價構造圖 20
4.3 小結 26
第五章　光復新村魅力因子驗證與負面因子探析 28
5.1 問卷方法與程序 28
5.2 研究發現與討論 28
5.3 負面因子探析 31
第六章　結論及政策建議 32
6.1 研究結論 32
6.2 政策建議 35
參考文獻 37
外文文獻 37
中文文獻 37

表目錄

表 1 國內外整閒置空間再利用表 4
表 2 眷村案例比較圖表 5
表 3 北中南縣市政府青創計畫與基地 6
表 4 青年築夢摘星計畫三處場域比較表 7
表 5 台中青創聚落魅力點 8
表 6 量化問卷問項內容、題型與統計方式說明表 14
表 7 訪談擬定對象 15
表 8 光復新村整體魅力因子歸納表 20
表 9 光復新村整體負面因子歸納表 23
表 11 魅力因子原始評價次數分配與百分比 29
表 12 性別有顯著差異魅力因子分析表 29

圖目錄

圖 1 研究架構圖 10
圖 2 魅力因子與負面因子評價構造法操作過程 12
圖 3 KJ 法歸納過程 13
圖 4 駐點店家魅力因子關係圖 17
圖 5 駐點店家負面因子關係圖 17
圖 6 文資保存者魅力因子關係圖 18
圖 7 文資保存者負面因子關係圖 18
圖 8 消費者魅力因子關係圖 19
圖 9 消費者負面因子關係圖 19
圖 10 所有受訪者之光復新村整體魅力因子評價構造圖 22
圖 11 所有受訪者之光復新村整體負面因子評價構造圖 25
圖 12 光復新村魅力因子原始評價比重圖 26
圖 13 光復新村負面因子原始評價比重圖 27
圖 14 問卷信度分析圖 28
圖 15 年齡 ANOVA 單因子變異數分析顯著差異 30
圖 16 雪費法分析「舊空間再利用具有吸引力」魅力因子顯著年齡層 31

第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

國際勞工組織（ILO）於 2010 年指出青年失業率攀升對全球經濟有莫大影響，因為青年是國家未來的主要勞動力，也是經濟與社會創新的強大資產。為了解決青年失業問題，青年創業逐漸成為台灣近年來的趨勢，造就成青年創業的助長原因有(1)薪資倒退以及低薪問題 (2)難以尋找時間彈性的工作(3)可透過政府計畫申請創業金費與創業扶植…等因素。

台灣政府部門在執行青創計畫時起先需要尋找場地，多數以各級政府所擁有的舊建築為主，其用意也是活化再利用舊空間，舊宅再利用常見的案例之一眷村。台灣眷村充滿歷史色彩；施國隆（2015）提及眷村原屬於半封閉的生活領域，在各個族群的匯集、碰撞下，出現了獨特且多樣性的風貌，台灣許多學者也視為具有多元文化價值的「眷村文化」是重要的台灣研究資產。因此，為了讓眷村注入新思維、創意、活力，使眷村文化活化並且保有原本樣貌，必須建立一套辦法落實，多數地方政府想到的辦法是透過青年創業將眷村場域進行活化，使舊屋新立重新定義「眷村」這個名詞意涵，一方面也能推廣眷村文化（桃園市政府文化局，2018）。

本研究主要探討青年創業活化舊空間相關問題，設定研究對象為台中光復新村，位於台中市霧峰鄉，也是台中市保存較為完善的眷村。光復新村原先為中華民國政府退守臺灣而疏遷的省府員工宿舍，現今概況轉變成台中市青年逐夢計畫的基地，一群對創業有積極衝勁的年輕人，透過築夢計畫向政府申請空間，一方面也是舊空間再利用，不讓空間荒廢為治安死角。

1.2 研究目的

台灣眷村聚落逐漸轉型為青創基地，一方面有效的活化老屋舊空間，一方面給予創業青年一個創業平台，諸多眷村相關研究，眷村文化保存以地方創生、改建、眷村博物館、展示設計為居多，較少針對眷村與當地的人際網絡、魅力因子、負面因子進行探討，從摘星計畫為出發點，探查經過轉型為

青創基地，光復新村是否能夠與人更加貼近，是否能夠達到更加認識、愛惜眷村、保存歷史資源，以及將青創基地鞏固更加良好。因此本研究以台中霧峰光復新村為研究對象，列出研究目的如下：

(1)分析光復新村魅力因子。

(2)分析光復新村負面因子。

(3)分析青創駐點店家、文資保存者、消費者對於「光復新村」魅力因子與負面因子差異。

(4)驗證遊客性別、年齡對於光復新村魅力因子與負面因子。

第二章 文獻探討

2.1 閒置空間與舊建築再利用

閒置空間再利用為逐年趨勢，牽涉複雜的文化政策，政府部門介入之前地方已經將一些閒置空間進行改造與活化，例如：轉為藝文空間、工作室、書店、咖啡館...等。2002 年行政院文化建設委員會推動閒置空間再利用作業，依據「行政院文化建設委員會九十年度試辦閒置空間再利用實施要點」進行實施，其中對於閒置空間定義為「依法指定古蹟、登錄為歷史建築或未經指定就存在之建物空間，在結構上無安全問題，且具有再利用以推廣文化藝術價值者」，最常見的閒置空間有廢置公家宿舍、行政辦公室、廠房...等場域（黃鼎倫、蔡欣辰、林爵士，2015），廢棄廠房也涉及到了工業遺產，常見的工業遺產有：廢棄糖廠、酒廠、工廠…等。張怡棻（2019）提及「工業遺產」是工業革命之後，所遺留的工業設施、工業人造物的遺物，並提出四大工業遺產空間再利用檢核構面：(1)再利用的價值 (2)再利用的利益關係人 (3)再利用的規劃 (4)再利用的經營管理，四項構面可協助工業遺產檢核該價值是否彰顯、利益關係人是否被重視、規劃與經營是否完善。

現階段較多採取閒置空間轉換為文化聚落，但轉換的方法目前還未達到成熟與落實，彼此都還在學習成長階段。對於閒置空間再利用可分為政府與民間組織的觀點進行探討，2016 年賴思云的研究中將此分成三大主軸，分別為資源因素、營運模式、硬體規劃（賴思云，2016），在資源因素方面民間組織需要有穩定的金流程能穩定營運，政府部門而是以計畫扶植業者為主，相對的資源在初期也少於民間團體；營運模式的部份民間組織本身為管理者身份對於駐點店家採取個別輔助，而忽略了整合，導致彼此社群網絡較疏散，相對的，政府會組成管理委員會針對每個店家給予不同的資源，也會進行交流，在發展後續較有豐厚的資源，使得文創聚落彼此更緊密；硬體規劃的部份民間組織有些會採取「生活聚落」的方式與當地社區居民進行融合以提升當地文化附加價值，政府的部份多數空間有侷限，也沒對於周遭社區進行深入互動，有些會改建歷史建築而失去原本的歷史氛圍。

(1) 閒置空間的定義與發展

閒置空間可為開放式空間也可為閉鎖性空間，共同點皆為使用頻率低、較少人前往，造成閒置空間的產生主要原因為時代潮流汰換，原有的建築空間喪失原本使用機能，加上沒有人力管理形成荒廢樣態。國外學者 Misirlisoy 與 Günçe 在 2016 年針對歷史建築的適應性再利用提出策略，進行建築遺產再利用有以下步驟：(1)需要將建築物社群網絡分為使用者、生產者、投資者以及管理機構;(2)對於建築存量進行分析，了解該建築原始用途、價值需求，再將這些建築遺產分為 11 類，例如：住宅、工業、商業、宗教、軍事、農業、政府、文化、教育、衛生、辦公室建築;(3)決議進行養護行動，在此步驟需根據建築類型配合相應的維護方案；(4)重新建立建築意象，賦予新的使用用途；(5)決定與賦予新功能，使其有社會潛力（Misirlisoy& Günçe，2016)。

(2) 閒置空間與舊建築轉型相關案例

閒置空間再利用的轉換方法有：展演設施(劇場)、藝術村(鐵道、糖廠藝術村)、生態育成空間(生態園區)、地方文史教室、商業設施(咖啡廳、餐廳)...等，以上使用類型以達到新舊結合，成為復合性使用（李芸珮，2005)。台灣的閒置空間再利用傾向公辦民營或委外經營的方式，不只是空間內的藝術創作，而被賦與社區總體營造與社會教育的任務，如同地方文化館的概念。國內外案例公有閒置空間再利用促成周邊私有閒置空間充分利用，成功提昇地方環境與產業案例：

表 1 國內外整閒置空間再利用表

案例	背景	再利用型態	轉型方針
十鼓文創園區	仁德車路墘糖廠 (廢棄糖廠)	展演空間、五感體驗	民間藝文團體接手、政府部門協助
德國魯爾工業區	舊煉鋼廠 (高汙染工業區)	博物館展示、藝文空間租借、在地文化推廣	IBA 改造計畫、政府與民間攜手合作
溫哥華葛蘭湖島	臨海工業用地、閒置廠房 (廢棄船塢)	藝文聚落、藝術教育機構	都市發展計畫、藝術教育團體投入
紐約南街港	閒置港口建築	海上博物館	當地居民、非營利組織協力

由以上四個國內外閒置空間再利用之案例分析（請參考表 1 **錯誤！找不到參照來源。**)，可得知工業時期由興盛轉為衰退造成大量廠房關閉，廢棄廠房形成了閒置空間，透過閒置空間再利用的方式將舊空間轉型為博物館、

藝文聚落、展演空間，德國魯爾工業區以及溫哥華葛蘭湖島皆透過計畫將舊空間、政府、民間團體進行串聯並達到活化；十鼓文創園區、紐約南街港雖然沒有計畫介入，但以民間團體投入將舊空間重新轉型，也妥善保留原有的歷史廠房業態；國內案例由民間藝文團體接手並進行轉型創新，國外案例則是擁有一套配套機制、計畫進行評估。

2.2 眷村空間再利用

台灣普遍舊空間再利用多數以眷村空間為主，並進行眷村空間轉型，文化局表示，台北市曾成為全台灣眷村類型最多樣的代表，中華民國府遷台的軍種都在台北設置不同種類的眷村，國防部登記台北市轄區內擁有 110 筆眷村，民間眷村協進總會統計有 196 筆，文化局委託顧問公司進行地毯式調查，發現高達 248 筆（中央社，2006）。

本研究擷取部分台灣較知名眷村進行比較，此外，本研究對象為台中光復新村，進行中部眷村的比較後，再與其他兩者不同地區的眷村進行比對，文獻內容起先進行基本眷村歷史時間軸回顧，再探討轉型至今再利用的概況，最後由研究學者提出對於該眷村轉型的論點，得以進行參考

表 2 眷村案例比較圖表

地區	名稱	眷村類型	是否為文化資產保存	是否為青創基地	駐點店家數量	佔地面積	遊客打卡數量（2018 年 12 月 10 日統計）
台中	光復新村	政府員工宿舍	是	是（摘星計畫）	70	2880 坪	FB:5.6 萬次 IG:1.4 萬次
台中	審計新村	第三批省政府宿舍	否	是（摘星計畫）	26	東側 780 坪	FB:8.6 萬次 IG:6.8 萬次
台中	彩虹眷村	非列管眷村	否	否	4	約 300 坪	FB:14 萬次 IG:5.4 萬次
屏東	勝利新村	飛軍官宿舍聚落	是	是（屏東飛行故事計畫）	16	5466 坪	FB:4500 次 IG:968 次
雲林	建國眷村	日海軍航空軍隊飛行基地	是	是（聚落歷史現場保存再現計畫）	/	9075 坪（一、二村）	FB:3690 次 IG:160 次

（資料來源：整理自文化部，2016；台中文化資產處，2017；彩虹村-彩虹爺爺，2015；趙超光，2014）

以上 5 個台灣眷村活化方案得知，光復新村與審計新村透過台中摘星築

夢計畫轉型為青創基地，引進青年的創造力進行活化舊建築；彩虹眷村透過當地居民的力量爭取保留，發展出彩虹爺爺的插畫並吸引政府的關注得以爭取保留；勝利新村透過計畫發展出六大特色（眷村美食街、原樣貌街道、國防特色街道、歷史文化展覽館、社區活動中心、日式長官宿舍風格民宿），並轉型為文化園區；建國眷村與前者相同，透過計畫介入並轉型為文化特區，目前還在轉型中。

2.3 青創基地的發展

Scott（2010）在研究中提及創意聚落與過去產業群聚的不同在於，傳統產業群聚僅限於上下游關係，但創意聚落是從群聚中會因為互相交流、學習產生出了創造力，不只受到社會影響，地理範圍也是創造力產生的媒介，所產生的創意聚落，本研究的光復新村也是新創聚落所形成的，是因為政府推動青年創業摘星計畫所構成這塊基地。

專家們認為，青年創業可以讓備疏遠以及邊緣化的青年進入到經濟主流，此外青年創業的青年從"失業救濟"的群體內雇用其他青年，對經濟生態也有直接的影響（Curtain, 2000），從中可得知青年創業的好處不但能緩解社會經濟體系的失業問題，也製造出許多就業機會，此外，當創業青年聚在一起時始青創體系變成青創聚落，以合力互助以共同成長的群體。

目前行政院「青創基地」與「青年創業圓夢網」採用網路搭配實際的基地整合進行創業服務的基礎，青年創業圓夢網的創業生態圈可看到北部有 42 個政府青創政策與計畫，以台北市政府的「文化創意產業創業圓夢計畫」最具代表性，中部的政府青創計畫只有「摘星青年、築夢台中」，南部有 4 個政府青創政策與計畫，以臺南市政府數位文創園區的「青春胖地伴你行 —U24 計畫」為代表性，以下表格為北中南部具有青創計畫與青創基地者。

表 3 北中南縣市政府青創計畫與基地

地區	縣市	計畫名稱	基地
北部	台北市政府	文化創意產業創業圓夢計畫	華山小客廳
中部	台中市政府	摘星青年、築夢台中	光復新村、審計新村、摘星山莊
南部	臺南市政府	青春胖地伴你行—U24 計畫	台南數位文創園區

資料來源：（新創圓夢網，2015）

本研究場域設定為光復新村，是中部地區「摘星青年、築夢台中」青創計畫，此計畫不同於其他創業空間是有些場域為辦公大樓空間，而台中的摘星計畫採用閒置空間再利用，與社會投資創新的理念環環相扣；光復新村受到台中市政府的協助，歷史建築的修復與保護、釋出歷史建築空間給予青年們執行摘星計畫，青年們來到光復新村也成為社會投資中的人力，在青創當中學習到如何經營自己的店鋪、如何與在地資源進行結合與創新。

台中市政府勞工局將創業服務分之為兩種，(1)青年創業貸款利息補貼於 2014 年開辦，最高可補助 300 萬元（台中市政府勞工局，2018）；(2)摘星計畫於 2015 年開始推動，以「生活首都、創意城市」為建設願景，不單只協助青年創業，是透過這項全國首創計畫藉由建構、獎補助措施，凝聚青年們的創意與創造力，並激發創業能量，實踐創業同時也能發展文化創意經濟。

台中摘星計畫給予想創業對象一個創業平台，給予補助、就業輔導、進修…等。協助 20 至 45 歲從事文化創意背景、電子商務背景...等青年，實踐創業的夢想，此外也能再度活化閒置的舊空間。摘星計畫的摘星山莊位於台中潭子，場域為清代百年古蹟當地人稱「其中厝」或稱「大豐村大瓦厝」，第二個場域為光復新村，位於台中霧峰鄉早期為中華民國政府退守台灣遷移省政府員工的宿舍，現今在聚落內可讓 70 名店主進駐，第三個場域為審計新村，位於台中市區，是第三批台灣省政府宿舍之一，多年無人居住，現今擁有 26 名店主一同青年創業並活化舊空間；**錯誤！ 找不到參照來源。**為青年築夢計畫三處場域比較表。

表 4 青年築夢摘星計畫三處場域比較表

場域名稱	位置	背景	計畫審查要點	管理單位
審計新村	西區	台中市第三批臺灣省政府宿舍群之一，為審計處員工宿舍，擁有 40 年歷史，鄰近台中藝文新興商業活動區域。	以結合「城市歷史文化」為主軸，跨境電子商務、數位整合創作、文化創業。	台中市政府都市發展局、國立中興大學委託地表最潮股份有限公司。
光復新村	霧峰區	臺灣省政府印刷員工、教職、衛生處員工宿舍，效仿英國「花園城市」設計概念，也是台中第一個文化景觀。	影視、視覺藝術創作、文化創業、餐飲。	台中市政府勞工局委託逢甲大學育成輔導、陪伴輔導由台中科技大學。朝陽科大、亞洲大學藝術創作進駐與維護
摘星山莊	潭子區	清代建築，是一座兩進多護龍的四合院，結構上擁有浮雕、交趾陶、裝飾彩繪，享有「台灣十大民宅之首」美譽。	傳統工藝、仿古文創。	中市文化資產處委託大器內蘊文創藝術股份有限公司。

資料來源：(臺中市政府勞工局，2016) 本研究整理製表

以上為「摘星青年、築夢臺中」青創計畫的比對，可得知三者皆為舊空間再利用，三者各自有被分配到創業青年擅場發展領域，會依照領域進行輔導課程以幫助創業者能夠在低風險的狀態創業成功；此外，從中可看出來台中市政府將三的場域的管理單位各自發包給民間團體進行著手，但光復新村為學校團體，以輔導、育成為主。

2.4 青創基地的魅力點與負面因子

魅力點的定義較於主觀，但是也可從客觀的角度去思考，客觀主義整合了主觀性和客觀性，因為它認為客觀知識需要積極，複雜的主觀過程需要經過感知、分析推理、邏輯演繹,以及與本質、表象的區分。相反的，主觀過程可以增強對世界的客觀理解 (Ratner，2002)。

(1)青創基地魅力點

至今社群網路發展蓬勃，以 Instagram 與 Facebook 為例，Instagram 可以透過 Hashtag (#) 的數量來了解該地區的熱門度，Hashtag 也是網路行銷策略方法其中一環,Facebook 為該地區遊客前往打卡的數量可以成為依據的方式，以光復新村為例，臉書社群打卡數量有 5.6 萬次，而 Instagram 的 Hashtag 數量為 1.3 萬左右,雖然數量不算最多的,但也有一定的熱門程度，在眷村舉行的一些活動，例如：市集、體驗活動、親子互動活動、講座、裝置藝術、影集欣賞…等，都會吸引遊客前往。

對於研究者來說，魅力點屬於較主觀的意識，人們可以透過主觀意識去判定哪一部分具有魅力點，以下案例為上一章提及到的台中三個青創基地，並進行可被創新魅力點初探。

表 5 台中青創聚落魅力點

位置	場域名稱	簡介	可被創新的魅力點
西區	審計新村	位於台中市區，面積在三個當中最小，但方便穿越到想去的店面，在青創基地內有部分已成熟的文創店舖進駐，使整體看起來最為完整，委託公司也盡所能當此打到為網美聚集地。	完整的青創店舖體系、小而美的環境
霧峰區	光復新村	面積為三的當中最廣的，保有最完整的歷史建築，也充滿濃厚眷村味，由於場域寬廣適合劇組拍片取景。	完整的歷史建築、適合拍片取景

潭子區	摘星山莊	為市定古蹟，擁有傳統風格濃厚的閩式建築，店家不多，但以接近傳統工藝文化性質店家為主	閩式建築、傳統工藝店家

從台中觀光旅遊網可得知在這三個青創基地中，審計新村為參觀人數最廣，一方面也是地利因素，加上外包廠商的行銷策畫，使它能夠成為台中完整度最高的青創基地，加上小而美的環境成為該地區的優勢，能夠將遊客在移動的時間路程縮短並快速的到達想去的店鋪；光復新村與摘星山莊因為位置坐落於郊區，人潮聚集度以及密集沒有審計新村佳，導致這兩者需要挖掘出自身魅力點，透過自我的長處吸引遊客前往，光復新村擁有濃厚的眷村風格而摘星山莊擁有台灣傳統閩式建築的風格。

(2)青創基地負面因子

近年來各縣市政府也對青年創業逐漸重視，經濟部中小企業處副處長胡貝蒂強調，青創基地不是經濟部補助的對象，經濟部補助對象為育成加速器也是常見的孵化器，從中分之為三大類，(1)國際型，(2)技術型，(3)在地連結型，講述到比起辦公室青創空間必須擁有群聚合作的效果(林上祚，2019)；雖然青創基地是個良好的創業平台給予青年學習，但有了魅力點如影隨形是負面因子的存在。

從帶動舊空間的角度來觀察，投入商業是最快的方式；朱育璇（2018）提及，需釐清孵化器真正的精神，有時政府為了求快速帶動，容易產生在孵化過程中有一些潛在危機與矛盾產生，所以應該要先釐清青創基地內創業者的特質與性質，才能得知需要給予他們那些資源以及教育課程，加上群聚的關係難免會有些摩擦，管理單位該從哪些角度進行協調與促進青年們彼此互相學習呢? 周俊宏（2017）指出，摘星計劃的修正如以下三項，(1)考核標主與政策目標不明確，(2)執行態度不積極，(3)每間房舍一個創業單元就好；以上三點可得知在政策方面除了擬定標準不明確之外，對於創業青年來說會覺得勞工局重視的部分是營收，缺乏了文化視角去看事情，此外，在空間方面已經夠小了，還要提供給兩個人使用容易造成衝突。

第三章 研究設計

3.1 研究架構

研究方法主要分為資料蒐集法與資料分析法，資料蒐集中主要以研究的前置作業為主，透過(1)文獻分析法，在訪談之前建構基本的歷史知識以及光復新村目前發展概況的瞭解,(2)觀察法,前往致光復新村以遊客的身分,透過觀察法瞭解當地人與人之間的相處模式與青創駐點店家之間的互動,(3)訪談法，與店家、文資保存者、遊客預約受訪時間，透過 EGM 的訪談方式以瞭解訪談對象對於光復新村魅力因子與負面因子的看法;資料分析法採用(1)魅力因子分析，透過評價構造法(EGM)將訪談資料進行彙整，將魅力因素與負面因素彙整成評價構造表,(2)KJ 法歸類，將評價構造表中的原始理由優先進行分類、整併以及重新命名，在將抽象理由、具體理由進行歸類，並繪製出評價構造圖,(3) 問卷調查，以魅力因子驗證為主，將魅力因子項目設計為問卷問項，透過李克特五點量表(非常贊同、很贊同、贊同、不贊同、很不贊同)，對於受測者進行問卷測試，受測者為曾前往至光復新村對象。

圖 1 研究架構圖

3.2 研究方法

質性研究針對研究對象光復新村駐點店家、文資保存者、消費者進行訪談，起先透過資料蒐集法了解基本知識，再前往場域進行觀察法，了解該場域的人事時地物等，次之，進行訪談法了解研究對象對於研究主題的看法，最後，進行彙整；量化研究講求客觀性與實證性，透過工具、程式運算統計資料而產出結果，本研究也採用魅力因子分析的方式進行探討眷村魅力點與眷村意象，讓原本較為抽象的客觀意識透過以上分析方法能夠產出較具體的解讀結果。在進行魅力因子分析之前，本研究使用資料蒐集法為文獻回顧、觀察法、訪談法以及問卷法。

(1) 資料蒐集方法

A. 文獻分析法

文獻分析分為兩種，一種為參考相關文獻及論文，指的是透過搜尋、分類、分析，先前研究者得到的結果進行分類與分析；另一種是透過報章雜誌或書籍、非論文之文章，瞭解所探討研究議題目前發展概況。前往調查場域之前，應進行基本的知識建構、找出問題點，從問題點切入觀摩、洞察與探討。

B. 觀察法

本研究採用「自然觀察法」指的是在某個場域觀察研究對象的行為舉止（陳鴻勝，2012)。本研究應用於做問卷前置作業，前往至光復新村與店家進行聊天，以及觀察店家與遊客之間的互動過程。

C. 訪談法

訪談法分成結構性訪談（Structural Interviews)、非結構性訪談（Unstructered Interviews）、半結構性訪談（Semi-structural Interviews)；本研究採用非結構性訪談，透過聊天、談話內容瞭解受訪者對於眷村、青創基地的觀感，於 2019 年 3 月至 5 月前往至光復新村採用 EGM 評價構造法進行訪談，以瞭解受訪者對於光復新村抽象理由與具體理由，並將結果進行彙整。

(2) 資料分析方法

A. 魅力因子分析

日本學者宇治川正人（Masato Ujigawa）人於 1991 年集合多位學者發

起魅力工學研究，以「創造具有魅力產品、空間的技術與學問」為研究目的，在 1998 年成立了日本感性工學會，將魅力工學編入學會的其中一部分。

評價構造法操作之五步驟:(1)準備訪談資料(2)找出原始評價項目(3)層級化(Laddering)(4)整理個人評價構造圖(5)整理全體評價構造圖（馬敏元，2010）

評價構造法普遍透過圖卡的方式讓受測試者進行喜好分類，本研究方法運用在無形文化產業上，則運用訪談法與一般問卷進行輔助，在訪談前先擬定預分析問題，並對受測試者的回答進行具體概念與抽象概念的分析，對於評價構造法具有喜歡與不喜歡進行分析魅力點，不喜歡部分也進行詢問受法者不喜歡的指數，以瞭解魅力因子與負面因子的概況，並將訪談結果整理成訪談紀錄表;再將訪談紀錄表依造魅力因子與負面因子原始理由、具體理由、抽象理由，製作成評價構造表；透過 KJ 法將表格內容進行歸類與整併；最後將整併完的結果繪製個別、三群體、整體評價構造圖。

圖 2 魅力因子與負面因子評價構造法操作過程

B. KJ 法

出自於川喜田二郎調查人文地理資料時，為了提高資料處理與彙整的方發所產生出 KJ 法。實施步驟包含(1)主題決定(2)情報蒐集(3)紙片製作(4)編組（管倖生等，2010）。

本研究起先透過訪談法彙整出光復新村魅力因子與負面因子之原始理由、抽象理由、具體理由，再將原始理由、抽象理由、具體理由個別進行 KJ

法的「A 型圖解」歸類與整併，從原始理由歸納出 8 項魅力因子原始評價與 10 項負面因子原始評價，再將各自整併好的抽象理由、具體理由與原始評價進行連線，繪製出評價構造圖，以原始理由「眷村環境舒適宜人」為例，此項魅力因子內容整併了：眷村環境具有舒適感、可體驗慢活的生活步調、光復新村環境美觀…等原始理由。

評價構造圖起初以各個族群(8 位受訪者)至三群體(青創駐點店家、文資保存者、消費者)，最後整併為受訪者整體魅力因子與負面因子評價構造圖。

圖 3 KJ 法歸納過程

C. 問卷調查

受測者選定為曾前往光復新村對象，以瞭解受測者對於光復新村魅力因子看法驗證，進行問卷分析擷取性別與年齡進行比對，以釐清光復新村主要客群，以利研究建議提出有效方案吸引該客群前往。

問卷分析方法本研究主要採用，次數分配、百分比、獨立樣本 T 檢定、ANOVA 單因子變異數分析、雪費（Scheffé）事後檢定，次數分配法在問卷分析上較為常見，以最簡單的方式呈現受測試者對於該問項的喜愛程度；百分比較廣泛應用在統合基本資料並以圓餅圖、長條圖進行呈現；獨立樣本 T 檢定應用於分析受測者性別分布，可得問項平均數值是否顯著，當 P 值小於 0.05 表示該檢定數值為顯著差異；ANOVA 單因子變異數分析應用於分析受測者年齡層分布，並將得到的顯著項目進行雪費（Scheffé）事後檢定，以瞭解變數之間差異。

以下為各問項統計分法：

(1) 受測者基本資料統計：題項類型為單選題與複選題，統計方法採用次數分配法、百分比呈現。

(2) 光復新村魅力因子統計：魅力因子之原始評價、具體理由、抽象理由問卷問項皆為單選題，以 Likert 5 點量表的 5 尺度進行呈現，並以次數分配以及百分比進行統計以了解受測者之喜好程度。

(3) 受測者性別、年齡與魅力因子喜愛程度比較：問卷問項以單選題呈現，受測者的喜愛程度與性別進行 T 檢定，年齡進行 ANOVA 分析個別問項的顯著性，再將 ANOVA 分析後的顯著項目進行雪費（Scheffé）事後檢定。

表 6 量化問卷問項內容、題型與統計方式說明表

問項內容	題型	統計方式
基本資料	結構式單選題	次數分配 百分比
	結構是複選題	
光復新村魅力因子	Likert 5 點量表	次數分配 百分比
受訪者性別、年齡與魅力因子交叉比對	Likert 5 點量表 性別、年齡	次數分配、百分比 (性別)獨立樣本 T 檢定 (年齡)ANOVA 單因子變異數分析、 雪費（Scheffé）事後檢定

3.3 研究對象

受訪對象選取不同種類的青創店家，分別為插畫類、工藝類、餐飲類以及其他服務類，光復新村青創駐點店家分別訪談第一期青創店家兩位，(1) 插畫性質店家，是光復新村內的動線規劃招牌委託插畫者，(2) 其他服務類的資源與創意整合平台性質店家，透過媒合與協助不同對於光復新村有助力之角色前往光復新村並進行協助；第二期青創店家三位，(1) 原住民部落手作工藝家以獨特插畫風格以及十字刺繡為主要賣點，(2) 協助當地浪貓結合店家本身之餐飲業也擁有光復新村最大的院子，(3) 有別於傳統茶葉之高山茶飲店，此店家為青創店家中年齡最大，以上三位第二期青創店家其共同性質皆採用舊物再利用裝飾店內擺設。

文資保存者為臺灣花園城市發展協會負責人吳東明先生，曾居住於光復新村，後續也參與多次眷村保留運動，當公部門人物前往擔任主要解說人員

並與其交流；最後在消費者部分，分別為兩位多次到訪光復新村，且五位受訪青創店都曾到往。以上受訪者資料皆以代號表示之。

表 7 訪談擬定對象

青創駐點店家			
代號	性別	年齡層	經歷
S1	女	20-45	第一期青創店家，插畫印刷布料
S2	女	20-45	第一期青創店家，資源與創意的整合平台
S3	女	20-45	第二期青創店家，原住民工藝創作
S4	女	20-45	第二期青創店家，貓咪相關手作商品、茶飲販售
S5	女	20-45	第二期青創店家，高山茶專賣店
文資保存者			
C	男	20-45	當地文史工作者
消費者			
V1	男	20-45	多次到訪光復新村
V2	女	30-50	多次到訪光復新村

第四章 光復新村魅力因子與負面因子分析

青創基地兼具魅力點，才能吸引遊客前往，但成為青創聚落的根基來自於青創店家；本研究起先透過政府摘星計劃的補助概況進行初步分析，青創店家所面臨到的問題，再近一步的分析問題點與魅力點。

在青創基地問題點分析之前，研究者前往至光復新村進行觀察法，透過觀察的方式發現以下幾點魅力因子與負面因子(1)由於四年一約的簽約狀態，激發青創店家為了節省開銷並動手製作桌椅、店內擺飾，(2)青創店家店舖位置屬於勞工局規劃與分配，但由於疏忽的緣故導致同性質店家安排在同一間空間內，以店家的角度相互為競爭者，但從另外一個角度切入，也激發店家彼此的競爭與學習潛力，(3)當店家的青創夥伴為工作室性質不太歡迎客人進入參觀，為了和平共存，透過整理後院的方式，整理出一條小路能夠通往店舖的通道；以上三點為本研究透過觀察法彙整出魅力因子與負面因子的間接關係。

4.1 三族群對於光復新村魅力因子與負面因子分析

(1)建立青創駐點店家魅力因子與負面因子關係圖

A. 魅力因子

透過 KJ 法的歸納與整併將魅力因子彙整成八大項原始評價，個別是「眷村環境舒適宜人」、「舊空間再利用具有吸引力」、「具有獨特風格的店家」、「另類因素增加魅力」、「協助青年育成、孵化」、「青創夥伴合作融洽」、「與客人互動良好」、「具有多元性的體驗活動」，下圖為青創駐點店家魅力因子關係圖。

圖 4 駐點店家魅力因子關係圖

B. 負面因子

透過KJ法的歸納與整併將魅力因子彙整成十大項原始評價，其中九項青創駐點店家負面因子個別是「創業困境多元」、「青創基地策略、管理不協調」、「空間規劃與安排不良」、「交通不便」、「平日人潮缺乏」、「平日青創店家較少營業」、「與人相處不和睦」、「蚊蟲問題」、「其他問題」。下圖為青創駐點店家負面因子關係圖。

圖 5 駐點店家負面因子關係圖

(2)建立文資保存者魅力因子與負面因子關係圖

A. 魅力因子

透過 KJ 法的歸納與整併將魅力因子彙整成八大項原始評價，其中四項為文資保存者所提及之魅力因子項目，個別是「舊空間再利用具有吸引力」、「另類因素增加魅力」、「協助青年育成、孵化」、「具有多元性的體驗活動」，下圖為文資保存者魅力因子關係圖。

圖 6 文資保存者魅力因子關係圖

B. 負面因子

透過KJ法的歸納與整併將魅力因子彙整成十大項原始評價，其中六項擁文資保存者負面因子個別是「青創基地策略、管理不協調」、「空間規劃與安排不良」、「交通不便」、「平日青創店家較少營業」、「青創餐飲問題」、「其他問題」，下圖為文資保存者負面因子關係圖。

圖 7 文資保存者負面因子關係圖

(3)建立消費者魅力因子與負面因子關係圖

A. 魅力因子

透過 KJ 法的歸納與整併將魅力因子彙整成八大項原始評價，其中五項為消費者所提及之魅力因子項目，個別是「眷村環境舒適宜人」、「具有獨特風格的店家」、「另類因素增加魅力」、「與客人互動良好」、「具有多元性的體驗活動」，下圖為消費者魅力因子關係圖。

圖 8 消費者魅力因子關係圖

B. 負面因子

透過KJ法的歸納與整併將魅力因子彙整成十大項原始評價，其中七項擁消費者負面因子個別是「交通不便」、「平日人潮缺乏」、「平日青創店家較少營業」、「青創餐飲問題」、「與人相處不和睦」、「蚊蟲問題」、「其他問題」，下圖 45 為消費者負面因子評價構造圖。

圖 9 消費者負面因子關係圖

4.2 建立光復新村魅力與負面評價構造圖

(1) 光復新村整體魅力因子

透過KJ法重新歸類與整併，魅力因子共有8大項原始評價，「眷村環境舒適宜人」、「舊空間再利用具有吸引力」、「具有獨特風格的店家」、「另類因素增加魅力」、「協助青年育成、孵化」、「青創夥伴合作融洽」、「與客人互動良好」、「具有多元性的體驗活動」，本研究將具體理由再次進行歸類，以利研究驗證中的問卷設計使用。

從光復新村整體魅力因子歸納表中可得知抽象理由中的“喜歡有意涵的”最為廣泛被提及，其次為“有趣的”以及“獨特新奇的”；最多具體理由為「協助青年育成、孵化」，可了解此項原始評價為受訪者較重視。

表 8 光復新村整體魅力因子歸納表

原始評價	抽象理由數量	提及次數最高抽象理由	具體理由數量	提及次數最高具體理由
眷村環境舒適宜人	11	喜歡有意涵的	6	花園城市概念的優美眷村紅磚舊建築
	進階統整的具體理由：悠閒放鬆的眷村環境、舒適慢活的生活步調、美觀的眷村環境			
舊空間再利用具有吸引力	9	喜歡有意涵的、復古浪漫的、乾淨漂亮的	4	光復新村未轉型荒廢有歲月的老房子
	進階統整的具體理由：具有吸引力的復古紅磚建築、具有吸引力的未轉型荒廢建築、具有吸引力的青創注入舊空間			
具有獨特風格的店家	15	喜歡有意涵的、親近有交流的	8	黑白繪畫元素與排灣族部落風格青創店家、包裝設計脫俗且附有祝福意涵
	進階統整的具體理由：自我特色濃厚的店家、商品陳列完善			
另類因素增加魅力	7	喜歡有意涵的、有趣的	5	具有教育性且有吸引力的光復新村歷史人文、友善眷村流浪貓的青創店家、具有魅力的光復新村再生裝置藝術
	進階統整的具體理由：具有吸引力的光復新村環境與歷史、具有吸引力的地利關係、具有特色的當地生態與裝置藝術			

協助青年育成、孵化	12	有趣的、 獨特新奇的	9	光復新村可學習創業與經營
	進階統整的具體理由：補助取消更有競爭力、創業學習的地方、多元青創店家與光復新村產生連結			
青創夥伴合作融洽	9	喜歡有意涵的、 合作共創的	4	與青創夥伴互相幫忙彼此照映、青創夥伴共同經營具代表當地的貓鷹品牌、師生進入光復新村協助青創
	進階統整的具體理由：彼此協助與學習的青創店家、不同族群協助投入創業			
與客人互動良好	10	喜歡有意涵的、 有趣的	7	店鋪空間可與客人聊天交流
	進階統整的具體理由：店家與客人交流互動熱絡、態度熱情友善的青創店家、使店家更良好的顧客建議與長處			
具有多元性的體驗活動	5	喜歡有意涵的、 獨特的	4	與店家風格貼近的體驗活動
	進階統整的具體理由：與店家風格貼近的體驗活動、與歷史環境貼近的體驗活動			

圖 10 所有受訪者之光復新村整體魅力因子評價構造圖

註：數字為受訪者提及次數；重新分類具體理由顏色變化為方便作為區分無其他含意。

(2) 光復新村整體負面因子

透過 KJ 法重新歸類與整併，負面因子共有 10 大項原始評價，「創業困境多元」、「青創基地策略、管理不協調」、「空間規劃與安排不良」、「交通不便」、「平日人潮缺乏」、「平日青創店家較少營業」、「青創餐飲問題」、「與人相處不和睦」、「蚊蟲問題」、「其他問題」，本研究將具體理由再次進行歸類，以利進階統整。

從光復新村整體負面因子歸納表中可得知抽象理由中的“困擾的”最為廣泛被提及，其次為“麻煩棘手的”；最多具體理由為「青創基地策略、管理不協調」，可了解此項原始評價為受訪者較重視。

表 9 光復新村整體負面因子歸納表

原始評價	抽象理由數量	提及次數最高抽象理由	具體理由數量	提及次數最高具體理由
創業困境多元	10	困擾的	7	感到迷惘且不穩定的初次創業、人潮少提高誠徵工讀生難度、複雜的內帳清點與昂貴的收銀系統
	進階統整的具體理由：青創無法全職、其他創業困境、困難的第一次創業			
青創基地策略、管理不協調	12	麻煩棘手的	11	四年一期制度沒保障續約使店家不敢投資太多
	進階統整的具體理由：定位不清的青創基地型態、矛盾且不彈性的管理策略、訂定不全的退場機制			
空間規劃與安排不良	9	困擾的、麻煩棘手的	6	原先規劃不鮮明的店鋪空間
	進階統整的具體理由：整理不易的個人空間、空間不足、建築隔音差、其他空間困擾			
交通不便	5	不便利的、人少的	3	漫長的公車路線使遊客前往動力低
	進階統整的具體理由：漫長的公車路線、專車不符成本、青創基地路線規劃不明確			
平日人潮缺乏	6	困擾的、不熟悉的	3	人潮集中在假日且容易受氣候影響
	進階統整的具體理由：平日人潮稀少、光復新村知名度低			
平日青創店家較少營業	4	困擾的、零散不齊全的	4	平日店家開店少且零散，無法吸引遊客前往
	進階統整的具體理由：平日開店零散、青創初學者學習階段導致商品不齊全、天氣影響遊客前往			
青創餐飲問題	3	種類單調普通的	3	餐飲品項單調口味普通價格昂貴

	進階統整的具體理由：具有吸引力的新穎點心、使餐飲店增加的遊客需求、餐飲店商品單調且不親民的價格			
與人相處不和睦	7	爭吵不凝聚的	2	同性質店家共用空間容易爭吵、工作室性質店家不歡迎客人會影響共用空間的店家
	進階統整的具體理由：同性質店家容易爭吵、不歡迎遊客的工作室性質店家			
蚊蟲問題	2	困擾的、 嚇跑的	1	下午蚊蟲出沒使客人不願意停留
	進階統整的具體理由：下午蚊蟲多不想逗留			
其他問題	7	離開的	4	書法性質店家品項少且結合飲品不協調
	進階統整的具體理由：人文歷史傳承斷層、青少年適合簡易的手做課程、廁所數量少、品項不協調的店家			

圖 11 所有受訪者之光復新村整體負面因子評價構造圖

註：數字為受訪者提及次數；重新分類具體理由顏色變化為方便作為區分無其他含意。

4.3 小結

(1) 光復新村魅力因子可分為 8 大類、負面因子可分為 10 大類

A. 魅力因子 8 大類:「眷村環境舒適宜人」、「舊空間再利用具有吸引力」、「具有獨特風格的店家」、「另類因素增加魅力」、「協助青年育成、孵化」、「青創夥伴合作融洽」、「與客人互動良好」、「具有多元性的體驗活動」;經過歸納後可得知「眷村環境舒適宜人」為受訪者提及次數最多且較為重視項目，當中受訪者提及到光復新村的眷村環境感到放鬆、寬廣、舒適…等，其次則是「協助青年育成、孵化」，提及到在光復新村給予青年們一個創業的機會、自己的店舖空間、學習創業的地方，由於取消第一期的補助之後更讓他們擁有競爭力。

圖 12 光復新村魅力因子原始評價比重圖

B. 負面因子 10 大類:「創業困境多元」、「青創基地策略、管理不協調」、「空間規劃與安排不良」、「交通不便」、「平日人潮缺乏」、「平日青創店家較少營業」、「青創餐飲問題」、「與人相處不和睦」、「蚊蟲問題」、「其他問題」;經過歸納後可得知「青創基地策略、管理不協調」為受訪者提及次數最多且較為重視項目，受訪者提及到青創基地的定位不明確、退場機制的擬定規範有缺失，以及管理策略不彈性…等原始理由，其次則是「創業困境多元」，由於部分受訪者進入光復新村進行創業都是第一次，導致在摸索時期容易感到困惑、尋找創業資源困難、招募工讀生以及內帳清

點問題…等。

圖 13 光復新村負面因子原始評價比重圖

(2) 光復新村魅力因子與負面因子的具體與抽項理由

A. 光復新村魅力因子共有 47 項具體理由，提及數量最高是“花園城市概念的優美眷村紅磚舊建築”最受認同；抽象理由共有 78 項，提及數量最高是“喜歡有意涵的”。

B. 光復新村負面因子共有 44 項具體理由，提及數量最高是“原先店鋪空間規劃不鮮明”、“公車路線漫長使遊客前往動力低”、“人潮集中在假日且容易受氣候影響”；抽象理由共有 65 項，提及數量最高是“困擾的”。

(3) 青創駐點店家、文資保存者、消費者在原始評價中有部分認知上的差異

綜合以上三者，魅力因子共同點為「舊空間再利用具有吸引力」、「另類因素增加魅力」、「協助青年育成、孵化」、「具有多元性的體驗活動」，差異則在於店家重視自我店鋪特色以及青創相關事物、文資保存者重視光復新村文化與歷史、消費者為主觀感受；負面因子共同點為「交通不便」，差異在於店家容易受到創業困境所影響，對於面對找尋解決方案較為困擾、文資保存者對於青創基地的政策了解，但與政府爭取成立文物館受阻、消費者對於個人生理需求較為重視。

第五章 光復新村魅力因子驗證與負面因子探析

5.1 問卷方法與程序

問卷內容主要分成四個部分，(1)問卷設計與施測：透過魅力因子項目擬定問卷調查內容，(2)施測對象：曾到訪光復新村對象，部分以網路途徑發放問卷，(3)資料分析方式：說明問卷各問項內容以及統計分析方法。

5.2 研究發現與討論

根據回收問卷，經過統計與分析後針對以下三個部分進行探討，(1)基本資料分析：進行統計受測者基本資料與分析(2)光復新村魅力因子分析：根據問卷第二部分透過次數分配與百分比統計受測者的喜愛程度(3)受測者基本資料與光復新村魅力因子比較分析：透過 T 檢定、ANOVA 將受測者基本資料與魅力因子之間的差異。以下分之為三個部分進行探討與分析。

透過 SPSS 統計分析軟體進行問卷分析，以 Cronbach's α係數進行驗證信度，以 50 項題數以瞭解總問卷之信度分析，Cronbach's α值愈大，表示信度越高，量表越穩定，Cronbach's α值至少要大於 0.5；本研究 Cronbach's α值為 0.96。

可靠性統計量

Cronbach's Alpha	項目數
.948	58

圖 14 問卷信度分析圖

(1) 基本資料分析

性別部分女性佔為多數 83 人(66%)；光復新村前往受測者年齡層主要集中在 25-34 歲 71 人(57%)；多數職業為上班族 116 人(93%)；教度程度多數為大學/專 78 人(62%)；主要透過親朋好友介紹得知光復新村，79 人(62%)，其次為網路媒介 41 人(30%)；假日到訪為多數共 123 人(98%)；開車前往共 120 人(98%)；光復新村前往動機為拍照 88 人(36%)，其次為踏青共 76 人、逛青創店舖共 74 人，皆為(31%)；前往次數 1 次共 51 人(41%)，其次為前往 4 次以

上共 40 人(32%)；多數受測者來自中部共 121 人(97%)。

(2) 光復新村魅力因子分析

八大項魅力因子原始評價問項之百分比與次數分配表彙整如(表 10)，可得知受測者對於「舊空間再利用具有吸引力」最為贊同，佔百分比 90%，其次為「店家與客人互動良好」為贊同，佔百分比 91%，次之為「具有多元性的體驗活動」為贊同，佔百分比 88%。

表 10 魅力因子原始評價次數分配與百分比

問項	百分比(次數分配)				
	非常不贊同	不贊同	普通	贊同	非常贊同
眷村環境舒適宜人	1%(1)	2%(3)	16%(20)	50%(62)	31%(39)
舊空間再利用具有吸引力	0%(0)	1%(1)	2%(2)	8%(10)	90%(112)
具有獨特風格的店家	1%(1)	1%(1)	19%(24)	47%(59)	32%(40)
另類因素增加魅力	1%(1)	2%(2)	18%(22)	47%(59)	33%(41)
協助青年育成、孵化	0%(0)	1%(1)	5%(6)	78%(98)	16%(20)
青創夥伴合作融洽	1%(1)	2%(3)	20%(25)	56%(70)	21%(26)
店家與客人互動良好	0%(0)	0%(0)	6%(7)	91%(114)	3%(4)
具有多元性的體驗活動	0%(0)	1%(1)	8%(10)	88%(110)	3%(4)

(3) 性別有顯著差異之魅力因子項目

八大項魅力因子與性別進行比對，問卷母體群女性多於男性，由下表可得知「舊空間再利用具有吸引力」、「協助青年育成、孵化」、「具有多元性的體驗活動」P 值<0.05，該問項為顯著項目；「舊空間再利用具有吸引力」、「具有多元性的體驗活動」T 值為負數可得知女性比男性更加贊同該問項，則男性相較女性贊同度低；「協助青年育成、孵化」T 值為正數可得知男性比女性更加贊同該問項，則女性相較男性贊同度低。

表 11 性別有顯著差異魅力因子分析表

八大項魅力因子	性別	樣本數	T 值	P 值
眷村環境舒適宜人	男	42	1.341	0.629
	女	83		
舊空間再利用具有吸引力	男	42	-2.282	0.000
	女	83		
具有獨特風格的店家	男	42	1.286	0.730
	女	83		
另類因素增加魅力	男	42	2.161	0.705
	女	83		

協助青年育成、孵化	男	42	1.567	0.000
	女	83		
青創夥伴合作融洽	男	42	1.680	0.755
	女	83		
店家與客人互動良好	男	42	0.641	0.340
	女	83		
具有多元性的體驗活動	男	42	-1.167	0.000
	女	83		

(4) 年齡有顯著差異之魅力因子項目

透過 ANOVA 單因子變異數分析，八大項魅力因子與年齡進行比對，由下圖 15 可得知「舊空間再利用具有吸引力」為顯著項目， P 值<0.05 時，該問項為顯著差異。

變異數分析

		平方和	自由度	均方	F	顯著性
八項魅力因素贊成程度-眷村環境舒適宜人	群組之間	4.630	4	1.158	1.863	.121
	群組內	74.570	120	.621		
	總計	79.200	124			
八項魅力因素贊成程度-舊空間再利用具有吸引力	群組之間	2.622	4	.655	3.565	.009
	群組內	22.066	120	.184		
	總計	24.688	124			
八項魅力因素贊成程度-具有獨特風格的店家	群組之間	2.319	4	.580	.944	.441
	群組內	73.713	120	.614		
	總計	76.032	124			
八項魅力因素贊成程度-另類因素增加魅力	群組之間	4.068	4	1.017	1.632	.171
	群組內	74.780	120	.623		
	總計	78.848	124			
八項魅力因素贊成程度-協助青年育成、孵化	群組之間	2.067	4	.517	2.315	.061
	群組內	26.781	120	.223		
	總計	28.848	124			
八項魅力因素贊成程度-青創夥伴合作融洽	群組之間	3.369	4	.842	1.484	.211
	群組內	68.119	120	.568		
	總計	71.488	124			
八項魅力因素贊成程度-店家與客人互動良好	群組之間	.495	4	.124	1.422	.231
	群組內	10.433	120	.087		
	總計	10.928	124			
八項魅力因素贊成程度-具有多元性的體驗活動	群組之間	.612	4	.153	1.087	.366
	群組內	16.876	120	.141		
	總計	17.488	124			

圖 15 年齡 ANOVA 單因子變異數分析顯著差異

「舊空間再利用具有吸引力」透過雪費(Scheffé)事後檢定進行分析，得知 25-34 歲顯著大於 15-24 歲，其餘年齡層均不顯著；可得知年齡層介於 25-34 歲更能感受到「舊空間再利用具有吸引力」魅力因素。

Post Hoc 檢定

多重比較

依變數: 舊空間再利用具有吸引力

Scheffe 法

(I) 年齡	(J) 年齡	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間 下界	95% 信賴區間 上界
15-24	25-34	-.407*	.127	.041	-.80	-.01
	35-44	-.128	.185	.975	-.71	.45
	45-54	-.128	.185	.975	-.71	.45
	55以上	-.462	.325	.733	-1.48	.56
25-34	15-24	.407*	.127	.041	.01	.80
	35-44	.279	.149	.483	-.19	.75
	45-54	.279	.149	.483	-.19	.75
	55以上	-.054	.306	1.000	-1.01	.90
35-44	15-24	.128	.185	.975	-.45	.71
	25-34	-.279	.149	.483	-.75	.19
	45-54	.000	.202	1.000	-.63	.63
	55以上	-.333	.334	.910	-1.38	.71
45-54	15-24	.128	.185	.975	-.45	.71
	25-34	-.279	.149	.483	-.75	.19
	35-44	.000	.202	1.000	-.63	.63
	55以上	-.333	.334	.910	-1.38	.71
55以上	15-24	.462	.325	.733	-.56	1.48
	25-34	.054	.306	1.000	-.90	1.01
	35-44	.333	.334	.910	-.71	1.38
	45-54	.333	.334	.910	-.71	1.38

*. 在 .05 水準上的平均差異很顯著。

圖 16 雪費法分析「舊空間再利用具有吸引力」魅力因子顯著年齡層

5.3 負面因子探析

負面因子以 10 大項原始理由中的「青創基地策略、管理不協調」為提及次數最高，從中涉及了青創基地型態定位不明、公部門管理策略強硬、退場機制擬定不明確，三項因素；具體理由提及次數最高為，(1)原先店鋪空間規劃不鮮明，(2)公車路線漫長使遊客前往動力低，(3)人潮集中在假日且容易受氣候影響，第一項涉及了青年在第一次創業遇到空間擺設的規劃需要持續修改與調整、第二項涉及到遊客前往的動機，多數還是偏好自行開車前往光復新村、第三項涉及到光復新村整體給遊客的感官，平日氣候因素容易影響，此外，店家在平日較少營業也會使遊客只想在假日到訪。

第六章 結論及政策建議

6.1 研究結論

經研究發現，光復新村青創基地魅力因子與負面因子可得以下幾點結論：

1. **光復新村原始魅力因子主要可分為 8 大類別，其中（眷村環境舒適宜人、協助青年育成、孵化、舊空間再利用具有吸引力、與客人互動良好）為前三名、具體魅力因子 47 項、抽象魅力因子 78 項**

光復新村共有 8 大類別原始理由，「眷村環境舒適宜人」、「舊空間再利用具有吸引力」、「具有獨特風格的店家」、「另類因素增加魅力」、「協助青年育成、孵化」、「青創夥伴合作融洽」、「與客人互動良好」、「具有多元性的體驗活動」，其中「眷村環境舒適宜人」為受訪者提及次數最多；具體魅力因子共有 47 項，提及數量最高是「花園城市概念的優美眷村紅磚舊建築」；抽象魅力因子共有 78 項，提及數量最高是「喜歡有意涵的」；青創駐點店家、文資保存者、消費者個別魅力因子關係圖（請參考）。

從中可得知光復新村最具代表魅力因子主要以花園城市概念所建造的紅磚眷村建築，不但覆地面積寬廣、街道擁有整排的大樹，以及完整保留眷村建築花磚…等建築特色，一方面也位於郊區無須購買門票，成為長時間居住於都市的遊客假日會前往光復新村遠離塵囂、放鬆散步的動力。

2. **光復新村原始負面因子主要可分為 10 大項，其中（青創基地策略、管理不協調、創業困境多元、平日人潮缺乏）為前三名、具體負面因子 44 項、抽象負面因子 65 項**

光復新村負面因子共有 10 大類別原始理由，「創業困境多元」、「青創基地策略、管理不協調」、「空間規劃與安排不良」、「交通不便」、「平日人潮缺乏」、「平日青創店家較少營業」、「青創餐飲問題」、「與人相處不和睦」、「蚊蟲問題」、「其他問題」，其中「青創基地策略、管理不協調」為受訪者提及次數最多；具體負面因子共有 44 項，提及次數最高為「原先店鋪空間規劃不鮮明」、「公車路線漫長使遊客前往動力低」、「人潮集中在假日且容易受氣候影響」；抽象理由共有 65 項，提及次數最多「困擾的」；青創駐點店家、文資保存者、消費者個別負面因子關係圖（請參考）。

從中得知光復新村負面因子具體理由牽涉著青創店家，例如：自我摸索

空間陳列、交通機能、公部門管理策略；針對創業相關事物都是第一次著手，導致困擾的感受；此外，交通機能涉及到遊客前往的動機，使大部分前往光復新村的遊客會選擇自行開車前往，部分因素導致平日人潮較少；人潮前往動機也容易受到氣候影響，所以部分店家反應光復新村人潮較多會集中在秋季，氣溫舒適也不會受到雨季、颱風的干擾。

3. 青創駐點店家、文資保存者、消費者在魅力因子與負面因子尚有部分差異

魅力因子中三者在「舊空間再利用具有吸引力」、「另類因素增加魅力」、「協助青年育成、孵化」、「具有多元性的體驗活動」四項魅力因子認知上大致相同；負面因子中三者在「交通不便」認知上部分相同（請參考）。

可得知青創店家、文資保存者、消費者，魅力因子共同認同項目為「舊空間再利用具有吸引力」、「另類因素增加魅力」、「協助青年育成、孵化」、「具有多元性的體驗活動」；其中的「另類因素增加魅力」以及「協助青年育成、孵化」三者皆擁有不同的看法，「另類因素增加魅力」著重於各自於光復新村的接觸點，青創店家透過創業而接觸光復新村，對於自我店鋪空間、與青創鄰居的互動會感到有魅力，文資保存者曾居住於光復新村，所以對於在地歷史比其他身份者更瞭解，消費者則是透過前往光復新村遊玩、散步而初淺的認識光復新村，多數會選擇拍照取景留念，光復新村街道上有一些再生的裝置藝術，受到消費者的喜愛；「協助青年育成、孵化」著重於青創店家，透過創業與光復新村產生連結，文資保存者對於光復新村極為重視，所以也瞭解青創育成的狀態，並認同青創的注入與舊空間能夠共存，消費者對於此項雖未提出任何看法，但從問卷中受測者為曾到訪光復新村對象，對於此項目感到認同。

負面因子共同認同項目為「交通不便」，牽涉到光復新村的地理位置，位於郊區而非市區，青創店家、消費者的看法均為公車路徑漫長使前往動力低，而文資保存者則有嘗試與公部門提出專車直達，但認為以公部門角度是不符合成本的。

4. 受測者對於「光復新村」魅力因子贊同問項，性別顯著問項有 3 項、年齡層顯著問項有 1 項

受測者對於整體問卷之魅例因子「舊空間再利用具有吸引力」最為贊同，其次為「店家與客人互動良好」以及「具有多元性的體驗活動」。

受測者的性別中，魅力因子顯著項目為，(1)舊空間再利用具有吸引力，(2)協助青年育成、孵化，(3)具有多元性的體驗活動，性別以女性多於男性；年齡中以 25-34 歲為主，魅力因子顯著項目為「舊空間再利用具有吸引力」，最贊同項目為「光復新村轉型青創基地活化舊空間」，此年齡層教育曾度也介於大學/專、研究所以上，對於青年創業、青創店鋪會有好奇感，舊空間與青創基地進行結合格外產生好感。

5. 受訪者負面因子提及次數最高有 3 項（原先店鋪空間規劃不鮮明、公車路線漫長使遊客前往動力低、人潮集中在假日且容易受氣候影響）

在負面因子中擷取出受訪者提及次數較高的項目並進行 KJ 法整併與歸納，其中具體理由提及次數最高為，(1)原先店鋪空間規劃不鮮明，(2)公車路線漫長使遊客前往動力低，(3)人潮集中在假日且容易受氣候影響，這三項原始理由個別歸屬「空間規劃與安排不良」、「交通不便」、「平日人潮缺乏」；以上問項對於遊客的前往動機有部分影響。

6.2 政策建議

本研究提供建議對象以光復新村管理單位為主，以上分析方法彙整出不同族群對於光復新村的看法，透過以下建議使管理單位能夠站在不同角度瞭解多方的看法，本研究希望以下建議能夠有效提升光復新村魅力因子以及降低負面因子，讓光復新村更加繁榮。

(1) 透過體驗活動使店家與遊客與光復新村更加連結

以下項目為受測試者認同魅力因子，「舊空間再利用具有吸引力」、「店家與客人互動良好」、「具有多元性的體驗活動」，在舊空間再利用可顯現台中市政府引進青年創業進駐至光復新村有效的活化舊空間，使舊時廢墟的建築逐漸點亮起來，並吸引人潮前往，店家熱情的與客人互動也成為吸引消費者重複前往的動力之一，此外，在光復新村青創店家大部分皆擁有體驗活動；本研究建議如以下三點執行方式提供給光復新村管理單位，除了可以吸引遊客前往，也可以讓遊客更了解光復新村的青創店家。

(a) 規劃每個月檔期性的體驗活動

(b) 體驗活動由光復新村青創店家輪流舉行

(c) 透過官方粉絲專頁統一介紹當月體驗活動舉辦之青創店家以及活動內容

負面因子部分從受訪者訪談中彙整出以下提及次數最高的項目，「空間規劃與安排不良」、「交通不便」、「平日人潮缺乏」。

(2) 空間規劃異業穿插減少摩擦增進異業結合

前往光復新村可看到店家的分配位置不良，有些同性質店家安排在一起，除了有競爭者身分外，也容易產生摩擦，少數青創店家是工作室性質，不太歡迎客人進入參觀，甚至假日也沒營業；本研究建議如以下三點執行方式提供給光復新村管理單位，規劃空間分配異業穿插，遊客不但可以欣賞工藝文創商品，也能到餐飲性質店家內用餐，有機會與青創夥伴進行異業結合，例如：陶藝性質店家的茶器與茶飲店家的茶品進行結合，使遊客在品嘗茶飲也能觸摸到手工陶器；工作室性質店家平日於外地奔波進修或工作日不方便給

予遊客進入參觀可要求假日需營業，讓遊客進入店內參觀以及學習體驗課程。

(a) 進行規劃空間分配之前可嘗試餐飲性質與工藝性質店家穿插

(b) 工作室性質店家規劃於同區塊，要求假日需營業讓遊客參觀

(c) 管理單位每個月例行性討論會與青創店家，進行討論與解決困境

(3) 假日台中古蹟專車直達與平日包套行程

交通問題雖然目前有大眾運輸前往光復新村，但由於公車路徑長，使得遊客前往動力低，還是以自行開車前往為主，為了解決平日人潮缺乏可與私人團體進行台中一日遊包套行程，行程以霧峰鄰近景點為主，假日前往至光復新村人潮較多，建議提案台中古蹟行並縮減路徑長度，一方面不耗費過多的行車時間，一方面增加遊客搭乘動力；本研究建議如以下執行方式提供給光復新村管理單位。

(a) 與私人團體進行合作包套一日行程，行程可包含霧峰鄰近景點

(b) 與台中市政府進行提案假日台中古蹟行程路線

參考文獻

外文文獻

1. Curtain, R.（2000）. Towards a Youth Employment Strategy,Report to the United Nations on Youth EmploymenS5.
2. ILO (International Labour Organisation).（2010）.*Global Employment Trends for Youth*. Geneva: ILO. ISBN: 9789221238553;9789221238560 (web pdf)
3. Misirlisoy, D.& Günçe, K.（2016）. Adaptive reuse strategies for heritage buildings: A holistic approach. *Sustainable Cities and Society*, 26, 91-98. doi: https://doi.org/10.1016/j.scs.2016.05.017
4. Ratner, S4.（2002）. Social Sozialforschung Qualitative Research. *Qualitative Social Research*, VoS2.3, No.3. doi: http://dx.doi.org/10.17169/fqs-3.3.829

中文文獻

1. 中央社（2006)。首屆台北眷村文化節。2018 年 11 月 25 日。擷取自 軍事迷休閒小棧：http://news.yam.com/cna/life/200612/20061214672309.html
2. 文化部（2016)。虎尾眷村文化特區(建國一、二村)歷史聚落保存再現計畫。2019 年 1 月 5 日。擷取自 再造歷史現場專案計畫：http://rhs-moc.tw/index.php?inter=project&id=2&did=10
3. 台中文化資產處（2017)。霧峰光復新村省府眷舍。2018 年 11 月 25 日。擷取自 台中文化資產處：http://www.tchac.taichung.gov.tw/historybuilding?uid=37&pid=114
4. 朱育璇（2018)。政府主導青創基地的創意可能：臺中審計 368 新創聚落案例研究。國立臺北大學都市計劃研究所，碩士論文。
5. 李芸珮（2005）.初探舊建築再利用的可能性與類型.2018 年 12 月 21 日 擷取自 楊裕富建築數位教學網：http://teacher.yuntech.edu.tw/yangyf/hh/hhd113.html

6. 周俊宏（2017）。台中市政府青年創業政策執行成效之研究：空間活化之個案分析。國立中興大學國家政策與公共事務研究所，碩士論文。
7. 林上祚（2019）。中央、地方一窩蜂推「青創基地」！是台灣真有這麼多創業能量，還是 BOT 土地開發的幌子？。2019 年 5 月 19 日。擷取自風傳媒：https://reurl.cc/eZbQj
8. 施國隆（2015）。*眷村的空間與記憶*.台中市：文化部文化資產局.
9. 張怡棻（2019）。工業遺產可適的再利用之研究:以台灣糖廠為例。國立雲林科技大學,設計學研究所，博士論文。未出版。
10. 彩虹村-彩虹爺爺（2015）。彩虹爺爺生平。2018 年 12 月 5 日。擷取自：http://www.1949rainbow.com.tw/about.asp
11. 陳鴻勝（2012 年 10 月 9 日）。觀察法（Observational survey）。2018 年 12 月 17 日。擷取自 嶺東科技大學數位學習平台：http://lms.ltu.edu.tw/course.php?courseID=13252&f=news_show&newsID=606225
12. 黃鼎倫、蔡欣辰、林爵士（2015）。閒置空間再利用之研究－以駁二藝術特區為例，*經營管理學刊*， （10），1-15。
13. 新創圓夢網（2015）。創業生態圈。2018 年 12 月 31 日。擷取自：http://sme.moeasmea.gov.tw/startup/modules/EntrepreneurshipNetwork/
14. 管倖生等（2010）。*設計研究方法*。台北縣：全華圖書。
15. 臺中市政府勞工局（2016）。創業基地。2018 年 12 月 14 日。擷取自臺中市政府：http://www.tcdream.taichung.gov.tw/ct.asp?xItem=1762931&ctNode=31546&mp=11701D
16. 賴思云（2016）。閒置空間再利用為創意聚落之比較研究。國立雲林科技大學,設計學研究所，碩士論文。