

致謝

本論文的完成，本組首先要感謝指導老師廖宜慶副教授的指導及協助，起初，我們在專題製作的過程中遇到了許許多多的難題，有些難題甚至讓我們停下了腳步，難以前進，但在老師的經驗指導下，我們才能慢慢的突破一道一道的難關，使我們有毅力及經驗以繼續完成此份專題報告。於專題開始製作的前半段時間，本組在與老師的討論過程中獲得了許多的信心，進度也穩定向前，途中遇到的問題也一同解決。但在專題製作的後半段時間，因為我們的不成熟，在遇到問題時卻一意孤行想要靠自己解決，減少了與老師討論的時間及頻率，但老師不僅沒有責罵我們，反而以一位社會經驗豐富的朋友身份來教導我們態度的重要性，讓我們深刻的瞭解到在運作一切事物時，結果的好或壞並不是最為重要的，在過程中所抱持的態度，以及之中所學習到的知識、經驗以及努力才是所有事情的根本與重點，因此，我們為廖宜慶副教授致上最高的謝意。

專題的製作從二年級的暑假開始進行，其中經歷了我們大三一整年的工讀實習，組員們工讀的地點都不同，也有同學住中南部，所以在每個月的聚會時間都是如此的難以控制，也因此，這時間是如此的寶貴。大四上學期的大部分時間我們都將自身投入於專題製作中，不一樣的是，我們多了一年的實務經驗，想法及概念也較為成熟，從專題報告的訂定題目到專題研究方向再到問題解決方案出現，都是指導老師與本組組員們腦力激盪下所產出的成果，一點一滴的時光累積為現在的成果，對我們而言是非常難能可貴的，因此心懷感激。

對於這一路走來所幫助我們的人，我們無法一一致謝，謹於此由衷的表達深摯的感謝，祝福大家一切順利、平安喜樂。

李浩華、張佳翔、曹豈瑋、陳嘉駿、陳鵬文謹誌

摘要

一份完整的商圈再造報告，必須從諸多方面著手進行，大溪鎮曾獲選為十大觀光小城第一名，因此吸引眾多觀光客前來，但大量的觀光客湧進造成最大的問題為交通堵塞，此為本次研究所探討的問題之一。另外，面對許多商圈的轉型，大溪商圈不像從前繁榮，與其它商圈相較顯得弱勢，因此，本組透過解決交通、環境、商品種類的癥結，來帶領大溪老街重返榮耀。

本研究方法採次級資料分析法，藉由其中的成功案例，使本組更熟悉其操作方式，及避免重複進行過去已完成之研究。接著參考外部作者提供的資訊，使本組研究假說有更完整的架構；並由實地訪查方式，勘查在本研究範圍內各熱門區域的經營模式及目標客群，再進一步了解大溪老街的現況及再造方向，希望找出被忽略的細節來豐富研究假說；接著再透過問卷調查分析及統計，了解遊客對大溪老街的整體看法及期望的改進方向，再以此為目標設計出解決方案。

本專題報告於最後章節針對上述提出的問題，給予相對應的解決方式，結合大溪原有的傳統經營方式，再將此做更深入的發展為創新概念，創造出大溪一連串的附加價值，希望藉由這些建議能帶領大溪老街能往更好的地方發展，成為更加熱門的觀光勝地。

關鍵字：大溪老街、商圈再造、交通、木工體驗

目錄

致謝	i
摘要	ii
目錄	iii
表目錄	iv
圖目錄	v
第一章 緒論	1
1.1 研究動機與目的	1
1.2 研究範圍	2
1.3 研究流程	3
第二章 文獻探討	4
2.1 商圈再造	4
2.2 關於大溪	12
第三章 研究方法	15
3.1 研究架構	15
3.2 次級資料分析法	15
3.3 實地訪查	15
3.4 問卷調查法	15
第四章 問卷分析	16
4.1 問卷結果	16
4.2 研究限制	23
第五章 結論與建議	24
5.1 問題討論	24
5.2 建議	30
參考文獻	38
附錄	40

表目錄

表 2.1：商圈與商店街定義和概念	5
表 2.2：商圈分類	6
表 2.3：商圈的特性與範圍的界定	8
表 2.4：相關研究	9
表 4.1：老街特色比較表	21
表 5.1：大溪周邊一日逍遙遊	31
表 5.2：桃園親子旅遊	32
表 5.3：觀光果園、大溪、小烏來之旅	33
表 5.4：大溪木藝生態博物館行銷三大點	34

圖目錄

圖 1.1：大溪老街平面圖	2
圖 1.2：研究流程圖	3
圖 4.1：遊客前往大溪的頻率	16
圖 4.2：遊客於大溪老街停留的時間.....	17
圖 4.3：遊客前往大溪老街所搭乘的交通工具.....	17
圖 4.4：遊客前往大溪老街所花費的時間.....	18
圖 4.5：遊客於大溪老街所花費的金額	18
圖 4.6：遊客到大溪老街的目的.....	19
圖 4.7：遊客對大溪老街的第一印象.....	19
圖 4.8：對於大溪老街，遊客喜歡的主題特色.....	20
圖 4.9：對於大溪老街，遊客所希望的發展方向	20
圖 4.10：令遊客印象最深刻的老街.....	21
圖 4.11：遊客認為大溪老街需改進的地方.....	22
圖 4.12：遊客每個月願意花費於休閒娛樂上的金額	22
圖 4.13：遊客對於休閒地點選擇的重要項目	23
圖 5.1：原接駁車地理位置圖	25
圖 5.2：接駁車方案地理位置圖.....	26
圖 5.3：小型巴士「XZB50R-ZEMQY(DX)」	26
圖 5.4：電動機車租借服務點位置圖.....	27
圖 5.5：大溪區公有零售市場旁.....	28
圖 5.6：大溪老街街景圖	28
圖 5.7：中央及中正老街交界處.....	29
圖 5.8：中山(新南)老街.....	29
圖 5.9：木製商船零件概念圖	35
圖 5.10：木製商船成品概念圖	35
圖 5.11：木工體驗之小木板.....	37
圖 5.12：木工體驗之小木板裁切	37

第一章 緒論

1.1 研究動機與目的

當走入大溪老街之時，映於眼前的是琳瑯滿目的古玩店及木製工藝品，商街古色古香的感覺似乎將帶我們走進了五零年代，對於顯少接觸古台灣歷史的我們，想更深入的了解這充滿迷人氛圍的地方。從前的大溪是個重要的河運管道，同時也是復興鄉重要的木材輸出戶，加上石門水庫的優美景色，使得大溪有了名氣；提到木材，令人不禁聯想到林本源起家的故事。林本源先生當時為了建造宅邸，自外地帶來一批工匠，並在大溪廣招門徒，於當地培育出許多做工精細的匠師，也因大多數工匠開始定居於大溪鎮，平時出外工作怕家中小孩無聊，因此自製了木製陀螺及童玩，久而久之成為當地的特色之一，甚至在當地國小創立了陀螺隊，並且將陀螺的傳統技術加以傳承，如今成為專門的陀螺展示館——美華陀螺展示館。

早期自給自足的生活型態下，家家戶戶會自行生產豆類製品。由於大溪當地的水質非常純淨，加上社會轉型，開始有專門製作豆類製品的行業產生，在此良好的條件下，使得大溪的五香黑豆干聲名遠播、風靡全台。傳統製程黑豆干的基本調味料有別於其他豆干，普通的淡黃色或淡橘色的豆干是透過「鹼」滷出來的，而黑豆干則是將焦糖作為調味料，所生成的豆干為深褐色。由於早期並沒有冷藏的保存設備，而焦糖本身具有防腐的功能，因此使用焦糖來滷豆干自然成為一種保存方式。每日未賣出的豆干一天一天不斷地滷，其顏色也就愈來愈深。

大溪所擁有的不僅是豆干和陀螺，當地的景點、歷史古蹟及眾多歷史建築也耐人尋味，如石門水庫、慈湖、大溪橋等必訪景點。外地人卻不一定知道這些好所在，當地政府為了推廣當地特色，還成立了歷史街訪再造協會，籌措資金美化文物資產。但本組仍認為有所不足，應擬定更加具體的解決方

案。本組希望本研究結果能整合大溪許多文化景點與當地特色，且從中推出各項行銷方案、觀光計畫，使當地商圈發展更加快速。基於前述之動機，本組研究所要探討的目的如下所述：

- (一)深入了解觀光客對於大溪老街整體的看法。
- (二)藉由大溪的歷史故事與傳統文化，推廣當地歷史悠久的工藝。
- (三)透過歷史資料與問卷調查，來決定改變商圈再造的方向。

綜上所述，本組組員將以上調查做分析與討論後，再行擬定詳細的商圈再造計畫，並於以後章節呈現。

1.2 研究範圍

本研究之研究範圍北起慈湖路，南至普濟路；東起康莊路，西至武嶺橋，著重於和平老街、中正老街、中山老街、中央老街，並將附近景點，如慈湖、石門水庫等，本組實際活動範圍大致如圖 1.1 所示：



圖 1.1：大溪老街平面圖

1.3 研究流程

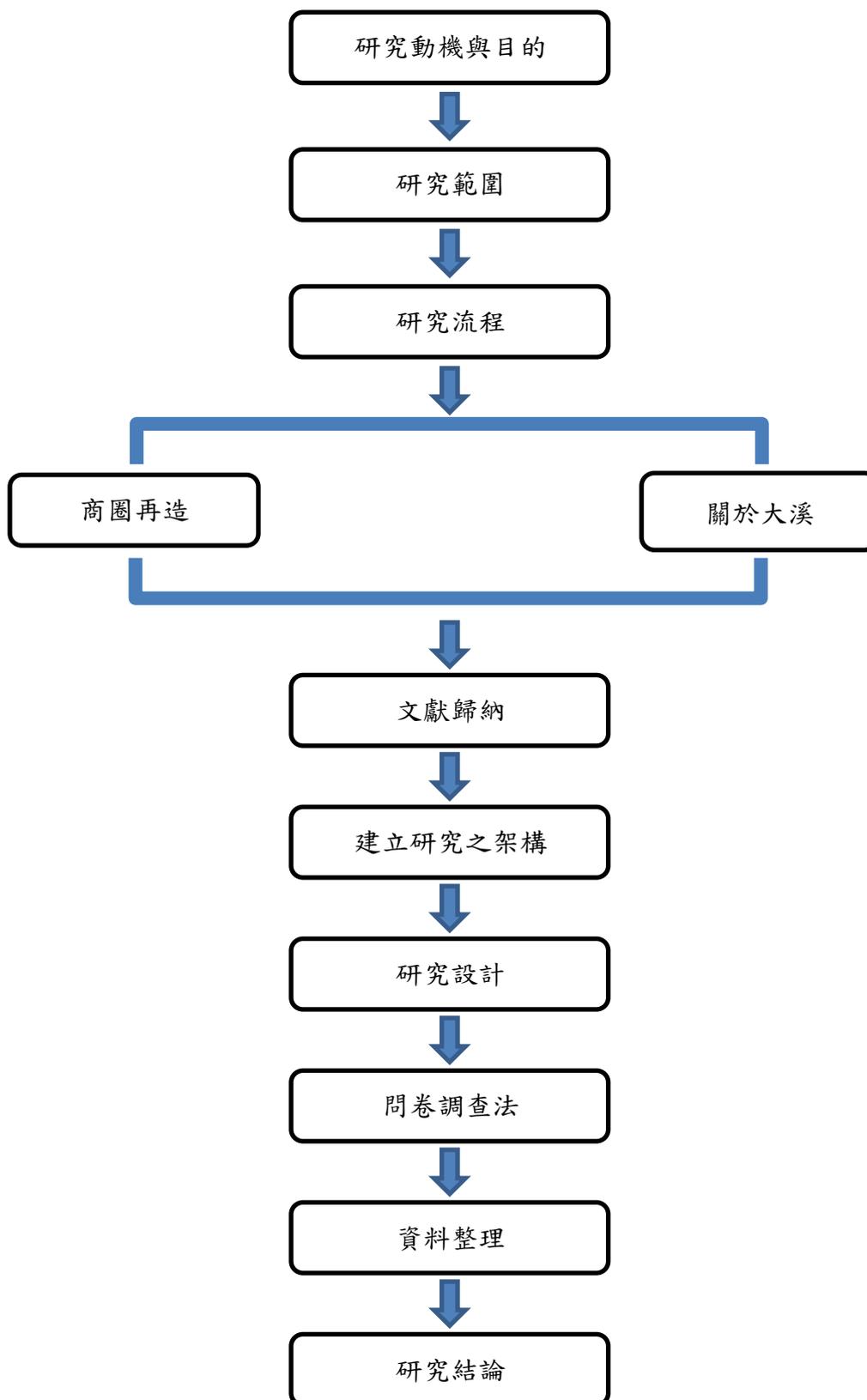


圖 1.2：研究流程圖

第二章 文獻探討

2.1 商圈再造

2.1.1 商圈與商店街定義和概念

「商店街」一詞是由日文音譯而來，為都市中最主要的商業活動場所，也是較充滿熱鬧氣氛的商街匯聚體。商店街的定義在許多學者想法之下有所不同。

翁俊雄(1990)認為，廣義來看是由不同商業機能的商店或商場，集合在特定環境下，並提供各式各樣的服務功能，滿足消費者多元的需求。

邱明民(1994)則認為，商店街是許多店鋪匯聚在一起的商業聚集體，無論是自然或是規劃形成，其中業態主要限定為小規模、零售業和服務業，但業種並無特別限定。

陳墀吉(2001)認為「商圈空間」呈現兩種意涵，一是由產業的活動機能而來，另一是由歷史生活機能性之下所產生。

中衛發展中心對商店街定義為許多店鋪因為自然發展或是規劃安排下所形成的商業街道，或因為配合附近環境發展而形成的街道範圍，並且隨著時代的進步而發展的商業形態。形象商圈政策的意義即是讓商圈具有特色形象，以獨特「形象」來活性化、多樣化、精緻化商圈活動，並提升其競爭力。我們從眾多的學者定義下，本組整理自表 2.1：

表 2.1：商圈與商店街定義和概念

翁俊雄(1990)	從廣義的觀點來看，是由不同商業機能的商店或商場，集合在特定環境下，並且提供各式各樣的服務功能，滿足消費者多元化的生活需求。
邱明民(1994)	商店街是許多店鋪匯聚在一起的商業聚集體，無論是自然形成或是規劃形成的，其中業態主要限定為小規模、零售業和服務業，但業種並無特別限定，因此廣義的「商店街」是包括各種型態的商業聚集體，且其業種並沒有特別固定。
陳墀吉(2001)	「商圈空間」呈現兩種意涵，一是由產業的活動機能而來，另一是由歷史生活機能性之下所產生。
陳嘉民(1999)	即變相的商業區域(business district)的定義即消費者會前往購物之地理區域裡的商店群，如西門町商圈、高雄大統商圈等。
王嘉明(2003)	商圈是提供商品及商業相關的服務，包含個人及技術，聚集展示、銷售、提供休閒與娛樂，甚至聚會與提供訊息的場所。

2.1.2 商圈分類

蔡大猶(1996)依照台灣商店街的發展特色和商店街的內部構造型態，將商店街分為四大類：地方產業觀光類、流行精品類消費類、老舊商圈振興類、新型規劃推動類。其中地方產業觀光類和老舊商圈振興類為鄉鎮區域類型，流行精品消費類和新型規劃推動類都屬都會區域類型。而詳細的內容如：環境特色、規模型態、商品結構及店鋪建築腹地整理如表 2.2。

表 2.2：商圈分類

項目	地方產業觀光類	流行精品消費類	舊商圈振興類	新規劃推動類
環境特色	1.鄉鎮地區 2.觀光遊憩地點 3.地方產業具特色	1.都會區 2.城市中心商圈 3.休閒逛街型商圈	1.舊商圈 2.歷史文化老街 3.商業活動沒落地區	1.都會區 2.市中心區 3.硬體規劃完善
規模型態	街道約 200-300m 多為沿街式商店街 開店率約 70% 以上	街道約 300-500m 多為街廓式商店街 開店率約 80%	街道約 200-300m 多為街廓式商店街 開店率約 70% 以上	規模 1,000 坪以上 多為街廓式商店街 具整體開發營運計畫
業種商品結構	1.農漁特產品 2.手工藝品 3.實用性 4.觀賞性 5.商品性集中 6.部分生活便利品 7.展售中心 8.博物館	1.流行時髦 2.個性商店 3.商品性多 4.服飾精品及餐飲類居多。	1.手工藝品 2.觀賞性 3.商品性集中 4.展售中心 5.觀光工廠	1.流行時髦 2.個性商店 3.商品性多 4.服飾精品及餐飲類居多 5.部分為生活便利品為商場、百貨、超市、量販，連鎖等
店鋪建築腹地	一至四樓建築透天店鋪，具備公園、廣場、空地的活動空間，可發展腹地。	一至四樓建築透天店鋪，高樓建築店鋪，具備公園、廣場、空地等活動空間，可發展腹地。	一至四樓建築透天店鋪，具備公園、廣場、可發展腹地	高樓建築店鋪，具備公園、廣場、空地等活動空間，可發展腹地

資料來源：蔡大猶(1996)

邱明民(1994)認為，依照商圈的規模、地點條件、業種結構、集合型態作為分類的標準，可分為以下：

- 一、依商圈的規模：超廣域型、廣域型、地域型、近鄰型
- 二、依地點條件：站前商店街、幹道沿線商店街、觀光地商店街、地下商店街。
- 三、依業種結構：綜合購物商店街、生活用品商店街、特殊專業業種商店街。
- 四、依據集合的形態：地上型、地下型、條狀型、塊狀型、聚集型、鬆散型、立體型、純一樓型。

依照經濟部(1995)分類，以形象商圈輔導型態劃分成以下四種：

一、都市商店街

該種類商店街已有成熟的商業行為聚落，業績與利潤達一定水平，其消費潛力超越各類型商店街，覆蓋範圍廣。透過公眾場所完整發揮、打造商店街的定位及形象，積極籌畫未來發展，來改善其商業環境。

二、區域商店街

目的在於提供周圍居民所需，消費潛力較都市商店街低，所包含範圍大約以商店街為中心三公里，其特色為聚集附近商業活動，將其設備改善、集合各種不同的業種及業態，創造出擁有附加價值的服務。

三、特色商店街

和區域商店街雷同，不過特色商店街含有過去民族所流傳下來的文化及其歷史，讓該商店街帶有主題性。此商店街著重於融合該地區的文化及資源，將其傳統工藝以創新的方法振興。

四、新興商店街

其特色為從一個只有少量或無商業行為的地方，創造出一個商業聚集地，內可包含百貨公司、量販店等。該重心在於設施、動線、地域條件、招商、需求等分析。

資料來源：臺北市商店街區發展政策推動機制與成效之研究-陳世輝(2005)

2.1.3 商圈的特性與範圍的界定

消費者常於假日休閒時與親朋好友逛商圈，而因各地區消費者對於商品、娛樂及各式生活需求的不同，各商圈主要的經營模式也不盡相同，因此成為該商圈的特性。依造環境立地的不同，而有不同的分類如表 2.3 所示：

表 2.3：商圈的特性與範圍的界定

分類	內容
住宅區型	經常性消費的商品，如食品、日用品、雜貨。
文教區型	在文具用品、書籍、文化用品等需求量較大地區。
辦公區型	上班族來自其他地區，上班時間朝九晚五，因此與上班後之重品味、流行有關的服飾、餐飲等需求。
商業區型	有彙集不同商店的功能而成市集、商店街景觀後，可吸引人潮適合各業種爭取的地點。
娛樂區型	可吸引外來顧客，適合經營觀光、遊憩、餐飲、娛樂等育樂業種。
綜合區型	存在不同的商業機能，只要選擇適合地點，各有適合經營的業種空間。

資料來源：林正修，王明元 (1995)

在商圈設定上，要分為第一次、第二次、第三次等三種設定商圈的方式。大體上，第一商圈的顧客佔有率為 50%，第二商圈的顧客佔有率為 75%，最後第三商圈的顧客佔有率為 90%。其實都市規模的或大或小，以鬧區、一般街道或是郊外住宅區等等再做細分時，還是會有所不同，大致上還是以業種業態來區別商圈。(王維宏，2004)

2.1.4 相關研究

表 2.4：相關研究

研究者	論文	內容摘要
王虹凌 (2007)	台中市商圈消費者行為之研究	<p>本研究結論為：</p> <p>(一)因應商圈屬性的不同，商圈經營者應於產業與商品上、政府管理當局在行銷活動與景觀改造上，強化並區隔市場，使目標顧客群滿意度提高。</p> <p>(二)加強各商圈交通可及性或停車的便利性，包括大眾運輸站牌與班次密集度，廣設汽機車停車場或加強汽機車停車資訊等。</p> <p>(三)應強化宣傳與增加促銷活動之廣度與深度，非僅於舉辦煙火般的活動。</p> <p>(四)商圈消費商品需求彈性較高，其價格能適度折扣或優惠，可提高營收。</p> <p>(五)參考消費者停留商圈時間，應提供不同的機能性服務。</p>
蔡維修 (2005)	體驗行銷、顧客價值、顧客滿意度與行為意向關係之研究-以田尾公路花園形象商圈為例	<p>本研究主要以文獻及問卷調查來進行研究，主要參考文獻有：</p> <p>(1)Schmitt(1999)所提出之體驗行銷</p> <p>(2)Sheth,Newman,and Gross(1991)提出之消費價值，及顧客滿意、行為意向等國內外相關文獻。</p> <p>將體驗行銷、顧客價值、顧客滿意、行為意向相互連結，建構一整合性的觀念性模式以探討不同構念間的因果關係。為探討體驗行銷、顧客價值、顧客滿意、行為意向之關係模式。</p> <p>使用因素分析及線性結構關係模式來驗證研究架構模式的因果關係及各構念間的相互影響關係，並檢定所探討之研究假說。</p>

李佩儀 (2008)	高雄市三民區 大連街商家、 居民與消費者 對形象商圈再 造之認知研究	<p>本研究發現商家、居民與消費者對於商圈再造有相當多的差異：</p> <p>(1)商家對於服務態度和專業技術等面向、商圈印象、商品樣式及品質等面向的評價皆高於居民與消費者。</p> <p>(2)居民與消費者認為商圈傳統老舊，商家認為商圈活力健康。</p> <p>(3)商圈在造過程中，對於商圈知名度、商圈改變感受程度及活動參與率的認知，以商家最高，消費者其次，居民最低。</p> <p>(4)對於商圈再造對商圈發展助益與商圈未來的經營與維持，消費者表示肯定，認同看法的比例最高，居民其次，商家最低。</p>
盧冬松 (2013)	商圈經營創新 管理與整合行 銷之研究-以 台中市天津路 服飾商圈與繼 光街商圈為例	<p>本研究選定台中兩個商圈做為研究對象，分別為天津路服飾商圈與繼光街商圈，因為台中市在三級產業(商業及服務業)的人口佔全市的 71%為重要的經濟命脈(台中市政府經發局，2012)。</p> <p>為了避免商圈遭受到環境衝擊而快速沒落，商圈永續發展為一項非常重要的課題；且根據國內先前的研究商圈的論文來看，針對兩個商圈做關鍵成功因素的研究鮮少，希望可以透過這次機會了解兩大商圈的差異性，並在兩者之間找到共同利基點。</p>
吳建德 (2013)	商圈行銷策略 與顧客滿意度 之研究-以臺 南市商圈為例	<p>本研究主要結果顯示：</p> <p>(1)行銷策略對商圈形象認知有顯著的影響。</p> <p>(2)商圈形象認知對消費者體驗有顯著的影響。</p> <p>(3)商圈形象認知對參與態度有顯著的影響。</p> <p>(4)行銷策略對消費者體驗有顯著的影響</p> <p>(5)行銷策略對參與態度有顯著的影響</p> <p>(6)消費者體驗對滿意度有顯著的影響</p> <p>(7)參與態度對滿意度有顯著的影響。</p> <p>本研究依據上述之研究結果，提出商圈行銷策略、商圈形象認知、消費者體驗、參與態度、滿意度等研究意見，期望政府、商圈組織及商圈店家在組織經營與店家經營時，能從消費者角度思考與改進，以促進商圈之整體發展。</p>

<p>游宜儒 (2009)</p>	<p>以消費者角度 探討商圈塑造 之研究-苗栗 市南苗商圈為 例</p>	<p>(一)針對苗栗市南苗商圈進行歷史背景分析，找尋出南苗商圈內獨有之民俗風情、歷史景點、特色美食...等其發展潛力。</p> <p>(二)利用文獻回顧過程中如何創造地方特色之技術及街道塑造方法，以整合出地方特色商圈之建構方法及商圈再造之手段，並套用在南苗商圈。</p> <p>(三)利用南苗商圈內之既有之景點，用問卷及訪談加以探討出消費者對於南苗商圈之認知以及街道塑造之重要程度，進行南苗商圈主體目標定位以及街道塑造重要性之分析。</p> <p>(四)擬出未來實質環境再造影響因素之執行重點，建立其商圈再造之方式，以提出修正與回饋，並供未來改造商圈之參考</p>
-----------------------	--	--

過去報告所顯示出以下重點：創新行銷策略對老街的發展仍是重點、應著重於融合地方特色創造商機、交通的便利性調整、消費與商家的認知差異，而這幾項也是本組將進行改善與創新的方向。

大溪老街屬於舊型、娛樂性質、特色商圈，本組原先是以老舊、髒亂的環境使得現代人略感反感為出發點，而進行商圈的改造，但經過幾次的實地訪查後發現，其實老舊的建族風格就是大溪老街的特色，許多遊客來此地就是喜歡懷舊台灣、古色古香的感覺，這部分可從大溪老街在尖峰時段的人潮數量得知。

2.2 關於大溪

2.2.1 大溪地名由來

大溪鎮最早之前是稱之為大姑陷，因為當時平埔族的霄裡社人稱大漢溪為「Takoham」而取之音譯。在乾隆年間，漳州的人們為了開墾土地而沿著大漢溪逆流而上，但因為漢人認為大姑陷的「陷」字有不吉利的意思，而藉由大漢溪為河坎地形，以「坎」字代替「陷」字，重新取名為「大姑坎」。同治初年，當地的一位住民李金興當上官員，而另一位李騰芳考上了中舉，大家為了慶祝此功名，又再一次將地名改為「大科坎」，而在光緒年間台灣巡撫劉銘傳在此地設立了大嵙崁撫墾局，後又稱「大嵙崁」。在1920年日治時期，日本人將此地改名，也就是我們沿用自今的「大溪」。

2.2.2 大溪地理環境

大溪的地理環境為台地、丘陵居多，平原比較少，而大漢溪把大溪鎮分成東、西兩岸，主要有大漢溪、烏塗窟溪、草嶺溪三條河川；而主要的山脈有金面山、白石山、溪洲山、草嶺山、尾寮山、烏塗窟山六座。地理上的特色我們區分為以下三種類型：

- 一、東部地區屬於丘陵地帶，能看見丘陵緊貼著中央山脈與連綿的山峰，山高水深，而且河流多為曲流，河岸有河階台地，地形之景觀特殊。在石門水庫完工後，山環水曲，風光絢麗，加上有部分的民間休閒之旅遊業的投資興建，讓本地成為北台灣著名的旅遊、觀光勝地之一。
- 二、中部區域的地理特色為河谷階地，河床中間遍佈沙洲與礫灘，而大大小小的水道分布於其中，在早期已河運為主時，月眉里附近的河岸有許多船隻聚集再一起，挑夫、商人們各種來往，川流不息，且貨物的進出口數量非常龐大，是台灣重要的內陸河港之一。

三、西部區域的地理特色為台地地形，為古時候石門溪的河床，此地的土壤大多為紅壤或是砂礫土壤，而且部分區域的地表層之下有蘊藏著許多的卵石與礫土。這樣的地質文化代表的正是長期在大自然的洗禮之下的過程，所以學者或是老師們、甚至是盜採砂石業者都曾非常關注此地。西部區域的台地約高 150 至 200 公尺，地表廣闊且平坦，俗稱「番子寮台地」，是桃園台地群其中的一部分，也是大溪最早開始開發的地區。

資料來源：大溪鎮公所中文全球資訊網

2.2.3 大溪地方發展

明永歷十六年（為西元 1662 年），大溪屬於天興縣，而在清朝初期，當臺北盆地逐漸因為漢人的開拓，導致泰雅族等原住民們只能沿著大漢溪逆流而上找尋新的住所，而大溪河崁一帶就是他們其中一個據點。最早的時候是霄裡社和泰雅族等原住民們的居住之地。當初是霄裡社的蕭那英與薛啟龍兩位一起開墾霄裡大圳，並且開始灌溉番子寮台地、建造三塊厝以及南莊等六莊田甲。

清乾隆元年（為西元 1736 年）開始，有閩南人與客家人陸續到大溪開墾，而此地逐漸變成漢人與原住民的散居之村落；嘉慶八年（為西元 1803 年）發生了著名的漳泉械鬥，而林本源家族為了避禍而逃到大溪，最終反而促進了此地的繁榮。林本源家族在此地開開圳引水，奠定了大溪農業發展的基礎，後來更藉大溪的河谷階地，做起米與鹽的河運生意，從此大溪開始有小規模的市集。

光緒十六年（為西元 1890 年），北路磺腦專賣局成立，開始拓展大溪的茶葉、樟腦、木材。而光緒十八至二十三年（為西元 1892 年至 1897 年）是大溪的河運生意最顛峰的時期，路線可由淡水、大稻埕、艋舺（今萬華）、新莊至大溪，在當時大溪有眾多商家雲集，最高達三至四百多家，集中於現在的和平老街一帶。大正 5 年（為西元 1916 年）桃園大圳開墾，當時依照台灣總督府旗下的工程師八田與一和狩野三郎設計的藍圖，灌溉的區域為涵蓋桃園縣的大溪鎮、八德市、桃園市、中壢市、楊梅市、新屋鄉、蘆竹鄉、觀音鄉、大園鄉，因而提升了整體的民生與農業發展。從西元 1923 年開始，桃園大圳截引了大漢溪的溪水，拿來灌溉桃園台地，導致大漢溪的溪水水位大幅下降，大船開始無法行駛，再加上鐵路系統逐漸完善，河運逐漸落寞，大溪當初的河運盛況已不再。

2013 年 3 月 10 日，大溪於交通部觀光局所舉辦的「臺灣十大觀光小城」活動中被列為第一名的觀光景點，從此帶動了當地的觀光產業與人潮，但也造成了因為人潮眾多而交通逐漸不方便的情況。

資料來源：維基百科

第三章 研究方法

3.1 研究架構

本研究由前兩個章節對相關文獻分析後，了解到要建構一套完整的商圈再造計畫及其後續評估、監督體系，並不單單只有靠次級資料分析而已，古人說：「讀萬卷書，不如行萬里路」，每個商圈都有不同的特性，因此本章將詳述本研究所使用的研究方法，內容包含次級資料分析法、實地訪查還有問卷調查法。次級資料分析法的目的是先了解大溪老街過往的歷史以及其他人對大溪的看法和想法，而實地訪查及問卷調查則是讓本組了解大溪的現況，及附近產、官學界對大溪現在及未來的想法，在進行的同時，本組亦會在大溪進行問卷的前、後測，用以上研究方法來比較、分析，為大溪老街提供一個永續發展的建議。

3.2 次級資料分析法

首先本組將參考過去與商圈再造相關的歷史文獻，藉由其中的成功案例，使本組更熟悉其操作方式，及避免重複進行過去以完成之研究。接著參考外部作者提供的資訊，使本組的研究假說有更豐富且完整的架構。

3.3 實地訪查

實地走訪大溪老街，勘查在本研究範圍內各熱門區域的經營模式以及所吸引的目標客群進一步了解大溪老街的現況及再造方向和內容，且希望找出被忽略的細節來豐富研究假說。

3.4 問卷調查法

本組實地前往大溪發放問卷，於回收問卷後，分析及統計結果，了解遊客對大溪老街的整體看法，及希望大溪老街改進的地方，再以此為目標設計出解決方案。

第四章 問卷分析

4.1 問卷結果

本章節主要是針對本研究所做的問卷調查進行整理與分析。本組所發放的問題總數為 82 份，其中 80 份為有效問卷，其餘為無效問卷。本組將問卷結果以 Excel 製成圖表，並透過圖表加以分析，詳細內容如下所示：

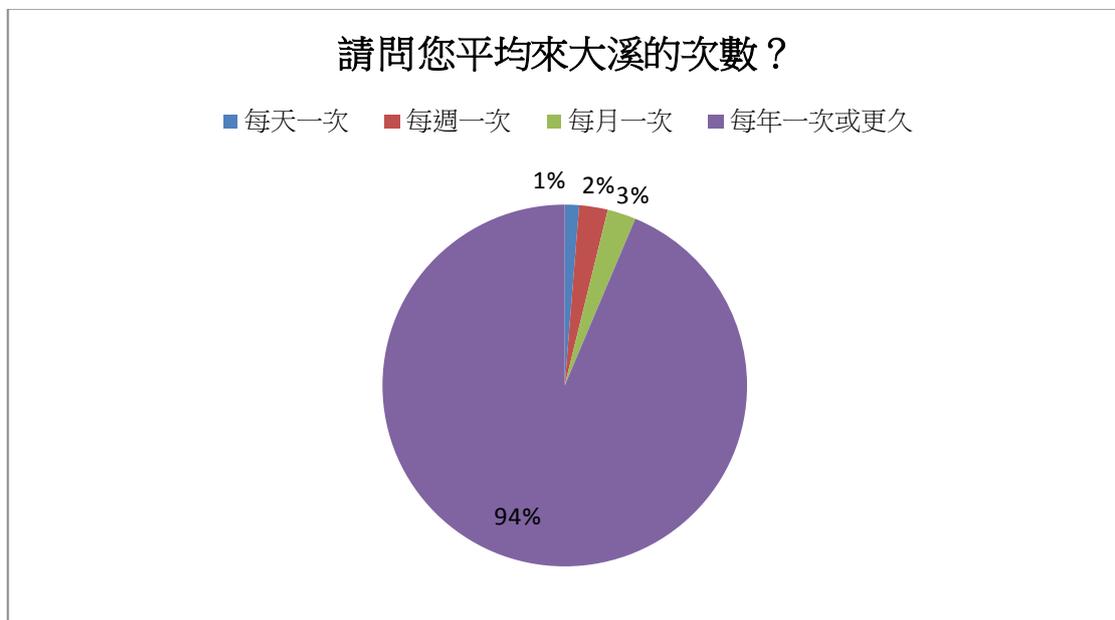


圖 4.1：遊客前往大溪的頻率

由圖 4.1 可知現有消費者回流率不高，代表大溪現有的特點無法吸引大多數消費者常前往，但仍然有少部分消費者前往的頻率甚高，顯示大溪老街許多特點仍未被遊客所知，如：鳳飛飛紀念館、陀螺的歷史等，因此可藉由強化大溪的特色並推廣，藉以吸引消費者、增加前往大溪之頻率。

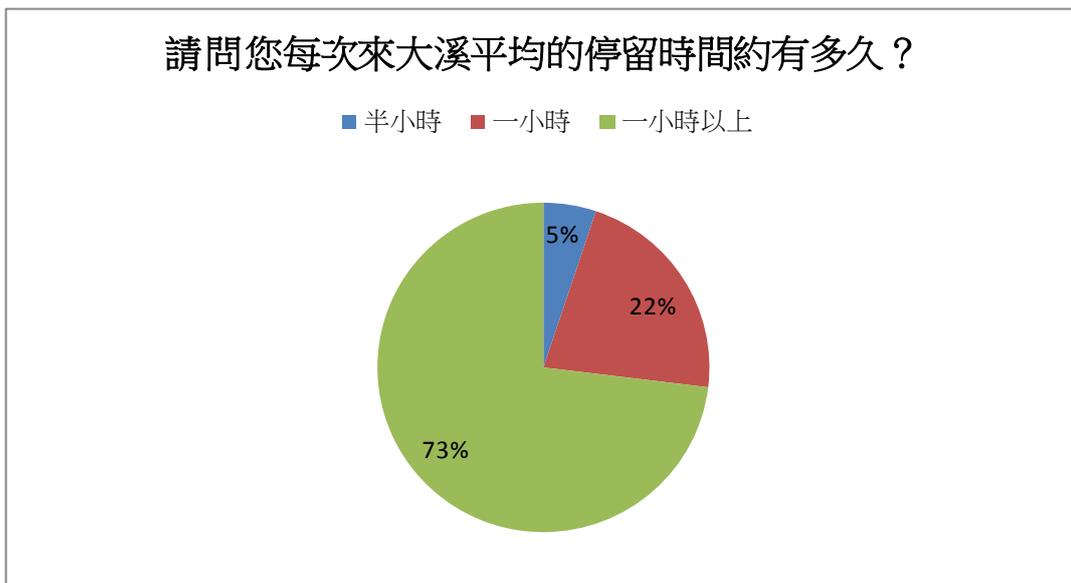


圖 4.2：遊客於大溪老街停留的時間

由圖 4.2 可知每次在大溪老街平均停留時間為一小時以上的人佔 73%，一小時內的人佔 22%，半小時內的人佔 5%，可推論大部分遊客除了於大溪老街逛街及飲食外，還會至鄰近的大溪橋及公園欣賞風景。由此可看出多數遊客願意花費更多時間於大溪旅遊上，因此本組將於後面章節提出旅遊方案，以推廣大溪及促進經濟。

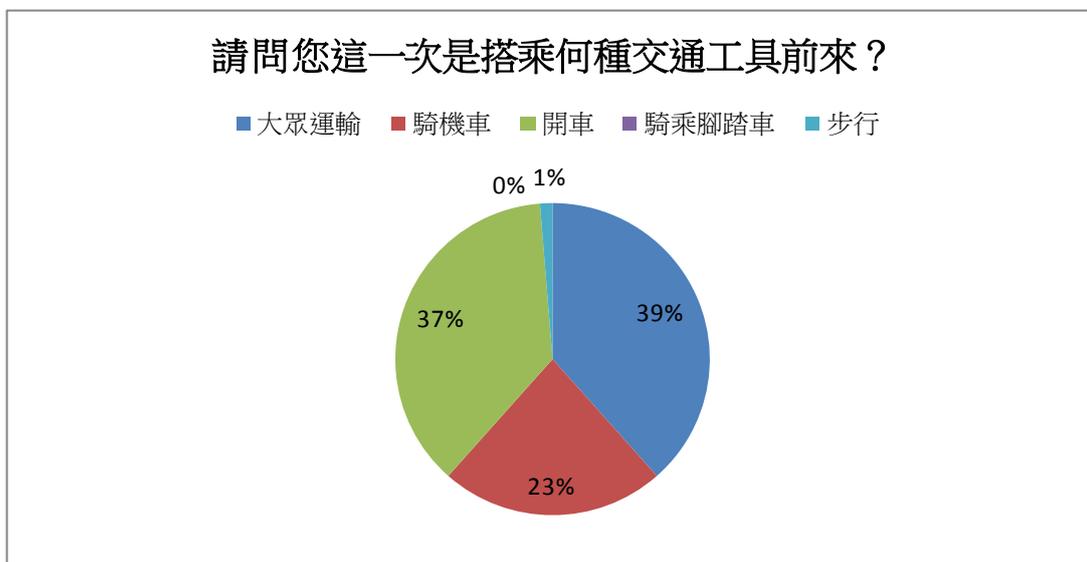


圖 4.3：遊客前往大溪老街所搭乘的交通工具

由圖 4.3 可知前往大溪的消費者，搭乘大眾運輸交通工具的 39% 佔最多數，開車的 37% 次之，第三則是騎機車 23%。本組研究發現大溪老街附近設有公車轉運站、周遭也設有停車場，但因為交通規劃不佳，導致大溪老街於營業尖峰時段的交通非常擁擠，故本組將於後面章節提出建議方案。

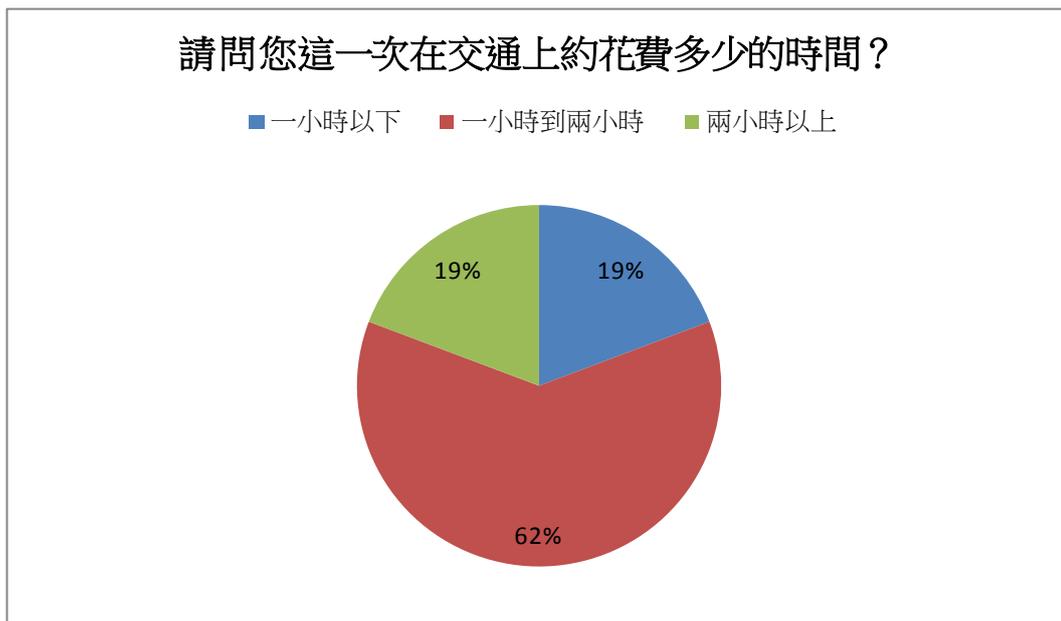


圖 4.4：遊客前往大溪老街所花費的時間

由圖 4.4 可知，遊客在交通上所花費的時間為一小時到兩小時的佔 62%，其他次之(19%)。可計算出平均每人前來大溪約花費 90 分鐘。

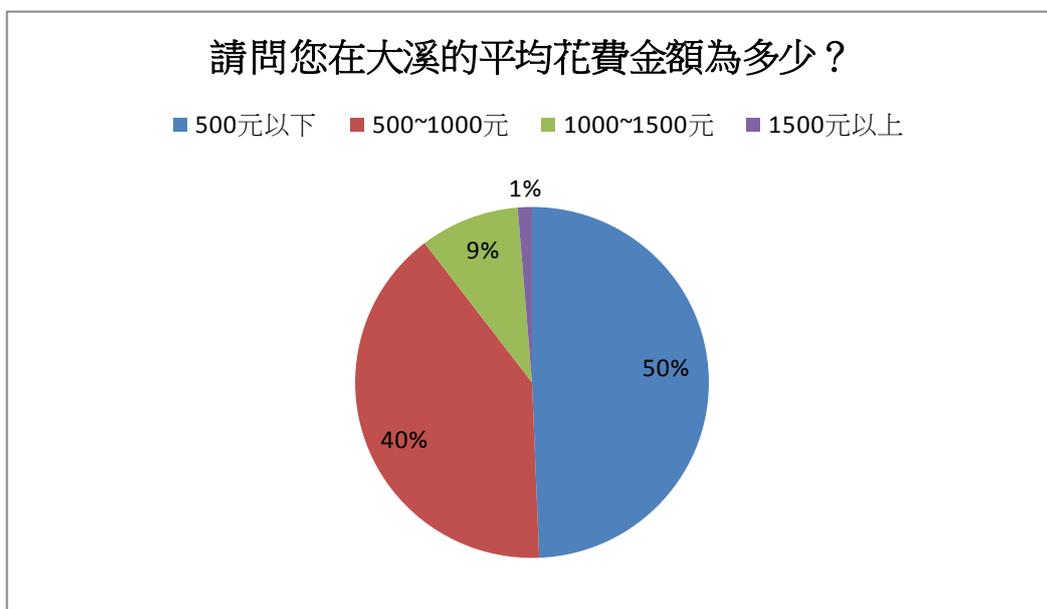


圖 4.5：遊客於大溪老街所花費的金額

由圖 4.5 可知，遊客在大溪平均花費 500 元以下的佔 50%，500~1000 元的佔 40%，兩者合計顯示目前前來大溪的消費者平均花費在 1000 元以下的就佔了 90%，可看出其在大溪的消費力不高，而每人平均前來大溪老街的消費金額為 562 元。

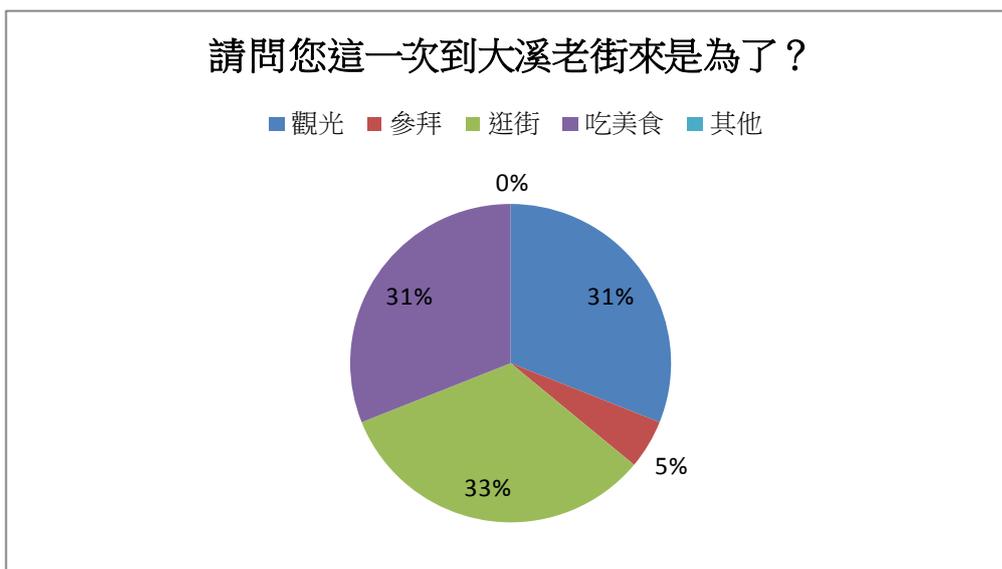


圖 4.6：遊客到大溪老街的目的

由圖 4.6 可知，遊客前來大溪是以逛街為目的的佔 33%，為了觀光及吃美食的佔 31% 參拜則佔 5%。因此本組認為應提高遊客以觀光為目的的比例，以提高大溪老街的知名度、吸引力，詳細改善方案將於後面章節提出。

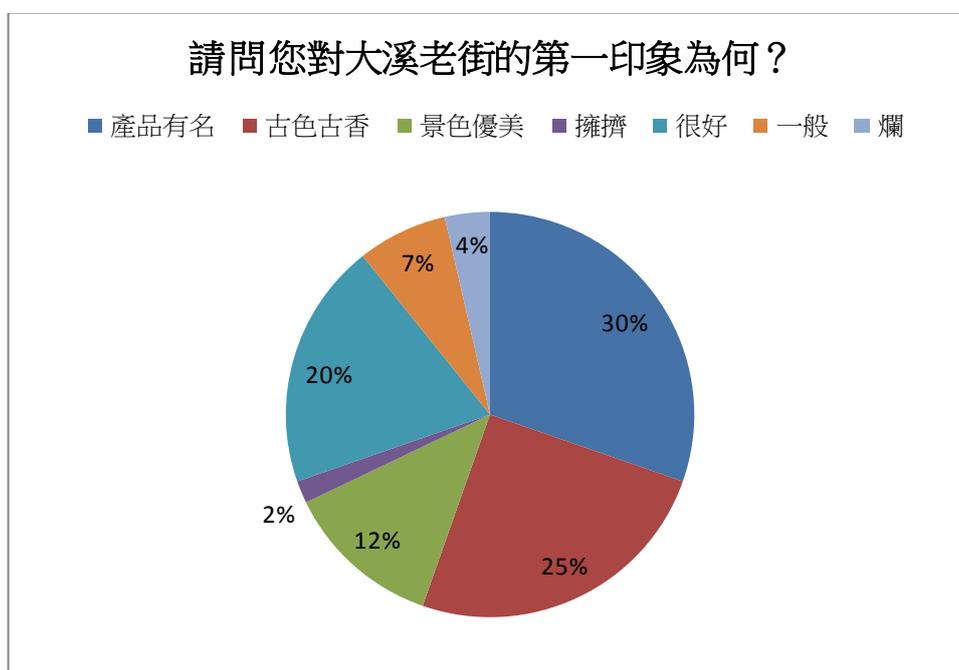


圖 4.7：遊客對大溪老街的第一印象

本問卷題目設計為填空题，本組整理問卷並分析後分類為圖 4.7 所示的各個項目，對大溪第一印象以產品有名佔 30%，認為古色古香的佔 25%，有 20% 的遊客對大溪老街的印象是好的。分析出遊客多數對大溪老街整體評價是正面的。

對於大溪，請問什麼樣的主題特色是您最喜歡的？

■ 美食 ■ 廟宇 ■ 古玩 ■ 建築風格 ■ 其他

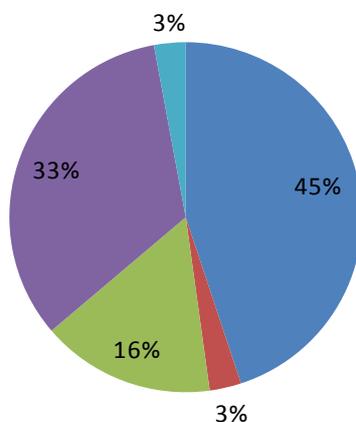


圖 4.8：對於大溪老街，遊客喜歡的主題特色

由圖 4.8 可知大溪老街最受人歡迎的特色是美食，其佔 45%，佔 33% 的建築風格次之，古玩特色則佔 16%，本組認為代表大溪的木工產業未廣泛被人所知，應保留、增強大溪之固有文化資產，因此將於後面章節結合並強化此特色，規劃出文化推廣活動。

請問您認為未來大溪朝何種方向發展最能吸引您前來？

■ 觀光工廠 ■ 木雕體驗營 ■ 保持原貌 ■ 其他

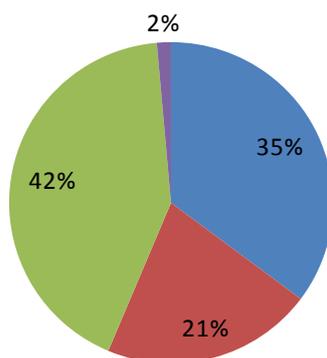


圖 4.9：對於大溪老街，遊客所希望的發展方向

由圖 4.9 分析結果發發現，遊客希望未來大溪的發展方向為保持原貌的佔 42%，觀光工廠佔 35%，木雕體驗營佔 21%。由於大溪老街短距離內無工廠可發展為觀光工廠，故本組設計了結合附近固有觀光工廠的旅遊方案，也以木工體驗為出發點設計活動，詳細內容於後面章節詳述。

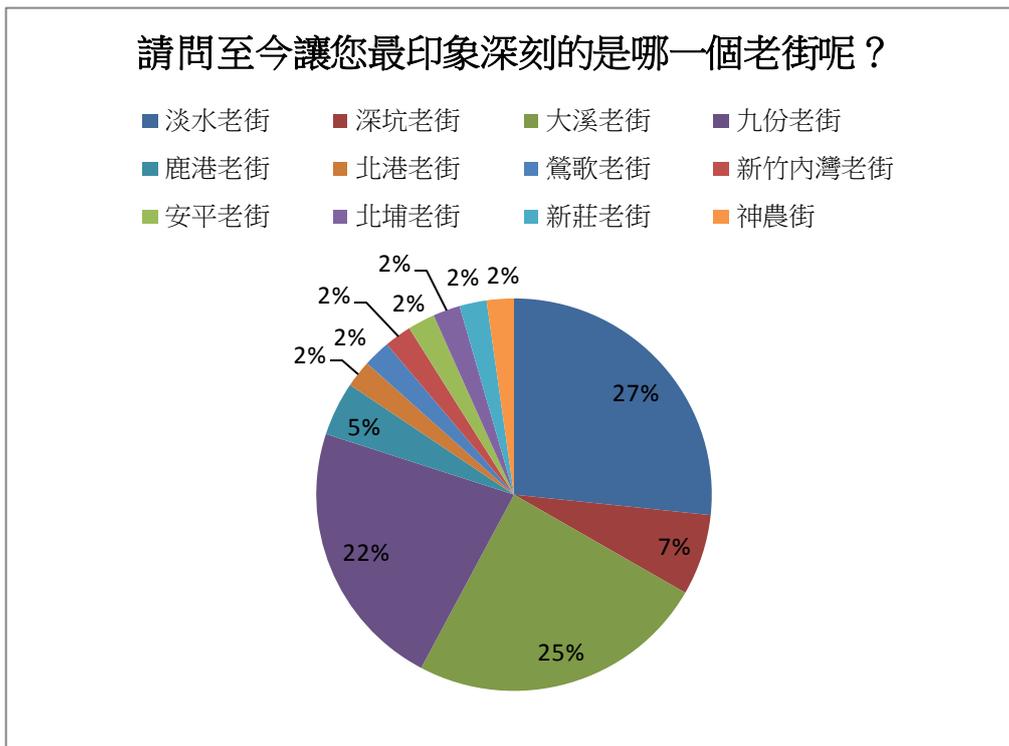


圖 4.10：令遊客印象最深刻的老街

藉由圖 4.10 問卷結果，本組希望了解哪一個老街對遊客最令人印象深刻，並加以做更深入的分析，印象最深刻的老街為淡水老街的 27%、第三為九份老街的 22%，故本組將淡水老街、九份老街與大溪老街做了特色分析如表 4.1：

表 4.1：老街特色比較表

商圈名稱	大溪老街	九份老街	淡水老街
交通便利性	交通較不便，大眾交通工具較少，普遍民眾自行開車、騎車前往，導致交通堵塞。	可搭乘客運、火車轉公車等。	交通便利，有捷運、公車、遊艇可抵達淡水老街。
停車規劃	月眉停車場	附近有許多停車場可選擇不過距離老街有段距離。	捷運站有停車場 附近有機車停車場
附近景點	石門水庫、慈湖	黃金瀑布、陰陽海	紅毛城、碼頭
風景	建築風格	高處觀景台可觀賞海景	可在河岸邊看海看夕陽
歷史	木製品重鎮	金礦、電影取景點	異國建築、渡船頭
當地特產	豆干、木製品	芋圓、草仔粿、芋粿巧	阿給、鐵蛋、魚酥

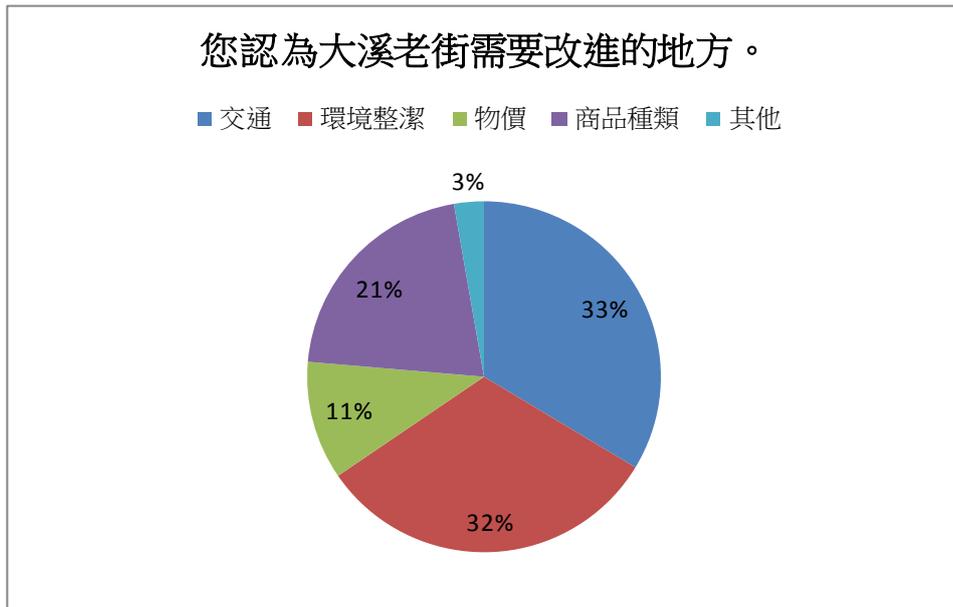


圖 4.11：遊客認為大溪老街需改進的地方

由圖 4.11 可知大部分遊客認為大溪老街需要改進的地方以交通的 33% 佔最多數，環境整潔佔 32%，商品種類佔 21%，本組將於後面章節針對這三個方向提出解決方案。

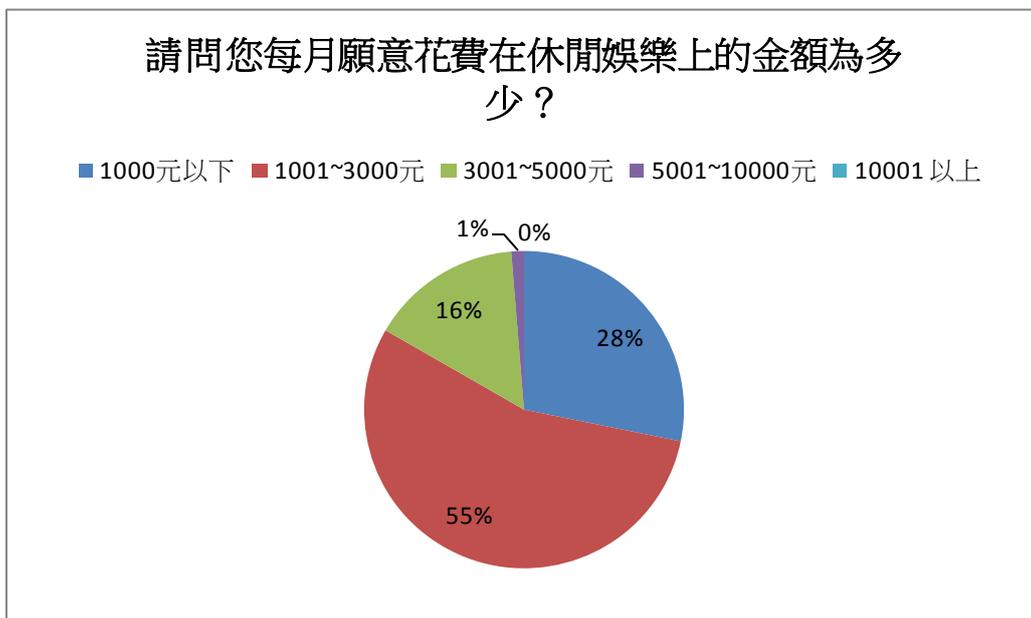


圖 4.12：遊客每個月願意花費於休閒娛樂上的金額

由圖 4.12 可知遊客每月花費在休閒娛樂上的金額以 1001~3000 元佔 55%，1000 元以下的佔 28%，3001~5000 元的佔 16%。但由前述題目所得結果，大多數遊客幾乎一年來一次大溪，而在大溪的平均花費為 562 元，等於遊客平均一個月於大溪的消費金額為 46.8 元，可見大溪老街的觀光旅遊還有很大的發展空間，本組將於後面章節提出詳細的旅遊方案。

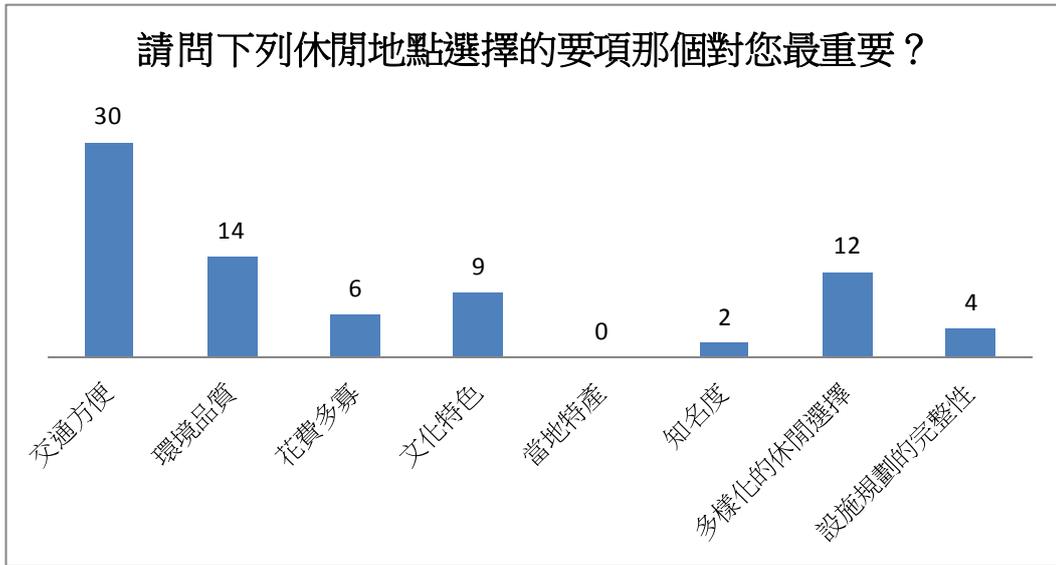


圖 4.13：遊客對於休閒地點選擇的重要項目

由圖 4.13 可分析出消費者對於休閒地點的選擇最重視的是交通，其次是環境品質，第三則為花費多寡，而本組也藉由前述之題目得知遊客對於大溪老街的交通不甚滿意，因此本組於後面章節提出建議，希望大溪可改善附近交通、及推廣當地特產、文化及觀光景點，便可有效提升遊客人數。

4.2 研究限制

本研究之問卷調查，因學生族群相較一般上班族對於大眾運輸工具的依賴程度較高，且學生對於商品與服務的看法較現代化，本組希望能從學生的想法中獲得老街目前所面臨的幾項重要問題，問卷調查部分主要局限於學生族群做研究，但也因此沒有深入調查其他族群的想法及行為，故此為本研究之限制。

第五章 結論與建議

5.1 問題討論

本組希望藉由問卷結果找出大溪老街所面臨的問題，因此將「4.11：遊客認為大溪老街需改進的地方」分析結果的前三名：交通、環境整潔、商品種類做更深入的問題分析。

5.1.1 交通問題

本組經過幾次大溪老街的實地走訪後發現，前往大溪的交通方式極為狹隘及不便，如：沒有直達的公共客運、距離火車站遙遠，且附近的觀光景點之間沒有一個完善的路線規劃，再從本組問卷調查的內容得知，大部分的遊客對於大溪老街的交通問題不甚滿意，因此對此問題加以分析。

桃園市政府交通局於 2012 年推出交通改善措施，分別如下：

路口轉向管制，交通局針對假日上午 9 點至下午 7 點於慈康陸橋的五叉路口實施車輛管制，在該時間內禁止車輛左轉進入慈康路與康莊路，並在中華路與文化路開放免費停車。設置免費接駁車，行駛於橋頭及月眉停車場至大溪老街區之間，行駛時間為每週末早上九點至下午六點半，每隔十五分鐘一班。增闢「中庄便道」替代路線，開闢一條為瑞安路一段經橋頭停車場至大鶯路之便道，供瑞安路一段至武嶺橋方向車流避開武嶺橋西邊路口離開大溪地區。武嶺橋西端路口改善槽化設置，使動線改善。增設停車場停車格位，於橋頭停車場增設 150 個停車位格。規劃於大溪交流道或員林路附近設置大溪公車及客運轉運站，整併或增闢便捷的大眾運輸系統。武嶺橋拓寬改善計畫，使增加道路容量。

根據問卷結果，多數人仍表示「交通」是大溪老街目前面臨的問題，我們從交通部的改善措施得知，免費接駁車只有從橋頭及月眉停車場至大溪老街區附近的大溪鎮公所，每班車的等待時間需要 15 分鐘，車程約 6 分鐘，而步行只需 17 分鐘，實際地理位置如圖 5.1 所示，可見此接駁車方案對於改善大溪老街交通問題成效不彰。



圖 5.1：原接駁車地理位置圖

但因交通局短期交通改善治標不治本，沒有真正改善到交通問題，至大溪老街遊玩的遊客也對交通問題不甚滿意，因此本組想出以下三點解決方案：

(1)接駁車路線改善

為因應交通局短期接駁車方案及長期減少汽車流量之政策，因此我們將以上兩種方案作結合，歸納出此接駁車路線改善方案，解決現有之接駁車路線過短及公車搭乘時間過長的問題，故本組將針對火車站至大溪老街的時間做出精簡方案，若搭乘大眾交通運輸工具(公車 5000、5090、5096)為例，需約一個半小時且停靠 43 個站，以本組之直達接駁車，只需約 40 分鐘，大幅減少約一半的時間，接駁車路線圖如圖 5.2 所示。



圖 5.2：接駁車方案地理位置圖



圖 5.3：小型巴士「XZB50R-ZEMQY(DX)」

接駁車的預算方面，以圖 5.3 為例，目前市價一台 20 人座小型巴士「XZB50R-ZEMQY(DX)」約新台幣 553,000 元，一趟開車的車程約 40 分鐘，加上等候乘客上車時間後約一小時，來回總共兩小時，若想要以一小時一班車的前提下購買兩台車，總共要新台幣 1,106,000 元，依照問卷分析結果顯示每人平均前來大溪老街的消費金額為 562 元，僅以車輛價格計算不含汽油費、司機薪資及保養費等，只需載 1968 位消費者即可分攤完車輛成本。

(2)計程車合作

為提高乘車品質及節省更多時間，因此本組為大溪老街設計一個與計程車隊合作的方案，在特定地點(火車站、三峽老街、鶯歌老街)設置計程車停憩站，在這些特定地點搭乘至大溪老街，可享優惠折扣或共乘服務。

(3)租借電動機車

近年來，環保意識上升，環保局積極推廣電動機車，以大幅降低機動車輛所造成的空氣污染，因此本組為大溪老街設計一個電動機車租借服務，於武嶺橋跟大溪橋交界路口附近空地，如圖 5.4 所示，及特定地點如：火車站，設置電動機車租借站。



圖 5.4：電動機車租借服務點位置圖

5.1.2 環境整潔問題

本組由問卷得知環境整潔為大溪老街第二需要改善的項目，以下為本組實地勘察的結果，如圖 5.5、5.6 所示：



圖 5.5：大溪區公有零售市場旁



圖 5.6：大溪老街街景圖

因大溪老街鄰近於大溪區公有零售市場的早市，也許會使觀光客覺得環境髒亂，但經本組實地訪查後，發現大溪老街內部無特別明顯髒亂，但為解決消費者之問題，本組提出以下解決方案：

(1) 在老街增設垃圾桶：

因老街只有出入口才有垃圾桶，基於環境整潔因素，於適當距離增設垃圾桶，以維持街道美觀及遊客心情。

(2) 增設清潔人員

(3) 附近增設標語：

在零售市場、垃圾桶、公園及國小附近貼上「垃圾不落地」等標語。

(4) 規定商家認養清潔區域：

規定商店必須要有責任的清掃自己店面前的區域。

5.1.3 商品種類問題

本組實地觀察發現大溪老街目前最多的商店為「豆干店」、「木器行」及「雜貨店」，另外零星的商店還有豆花店、飲料店及拿破崙派店等，為了吸引更多觀光客前來大溪老街，本組實地觀察並提出以下拓展觀光客消費範圍解決方案如下：

研究範圍包含和平老街、中正老街、中山老街、中央老街，中正及中央老街為傳統市場，中山老街為藝文特區，如圖 5.7、5.8 所示，因商品種類較不吸引人，導致觀光客過於稀少，而大溪老街的商家主要聚集於和平老街，因此鼓勵外來廠商進駐此三條老街，以增加其他三個老街來客人數。



圖 5.7：中央及中正老街交界處



圖 5.8：中山(新南)老街

5.2 建議

相較於鄰近其他老街，大溪老街似乎沒有更具代表性的特色。以附近老街為例，鶯歌老街時充滿陶製品及藝術氣息，還建設有一個藝術展覽館，裡面有許多精美手工藝品與繪畫，甚至還設有DIY陶製藝品體驗。而三峽老街在動線規劃上面較有巧思，販售美食、伴手禮的商圈規劃一側，而服飾、童玩的在另一側，分類的很清楚。因此本組為大溪老街想出以下解決方案：

5.2.1 旅遊行程設計

本組實際走訪後發現尖峰時刻為平日晚上及假日，為促進大溪老街平日白天的經濟，設計了以大溪老街出發車程約一小時內的行程，不單只侷限大溪老街，還結合附近熱門景點，使遊客能體驗大溪老街的復古懷舊風格、莊嚴的兩蔣園區、景色幽美的石門水庫及附近觀光工廠的體驗等行程。

而本組將上述行程的目標客群設定為家庭旅行的一般民眾、親子旅遊的大人及小孩、公司行號的員工旅遊及校外教學的學生等，原因是本組認為大溪老街附近幽美的景點可以使人放鬆心情、釋放壓力；另一方面，懷舊復古的大溪老街充滿了獨特的歷史，因此才有現在的木工特色及遠近馳名的大溪豆乾，鄰近大漢溪也是大溪老街的地理特色，非常適合學生戶外教學以吸收相關知識；觀光工廠的參觀及體驗可以讓遊客參觀工廠運作之外，還可以提升親子、家人、同儕間的互動，甚至提高觀光工廠的知名度，並促進經濟。

綜上所述，本組設計了三種不同的行程如表 5.1、5.2、5.3 所示，除以下表中所提及的景點之外，尚有黑松飲料博物館、大溪老茶廠、好時節農莊、東眼山森林遊樂區、義興吊橋等，讓遊客可以更有彈性的作旅遊規劃。在交通方面也提供兩種方式供遊客選擇，一為自行騎車或開車前往，但需備妥駕照；二為由旅行團包車前往，而司機需為在地人，熟知景點及歷史，可在路途中扮演導遊的角色。

表 5.1：大溪周邊一日逍遙遊

	景點	內容	車程	停留時間
上午	兩蔣園區	頭寮靈寢、慈湖陵寢、銅像園區	40分鐘	1小時
	大溪老街	老街巡禮	15分鐘	2小時
下午	石門水庫	楓林步道、遊艇之旅(薑母島)	30分鐘	2小時
08:50 桃園車站集合		13:30 集合		
09:10 出發		13:50 出發		
09:50 兩蔣園區		14:20 石門水庫		
10:50 集合		16:20 集合		
11:10 出發		16:40 回桃園火車站		
11:30 大溪老街(午餐自理)		17:30 抵達桃園火車站 快樂賦歸		

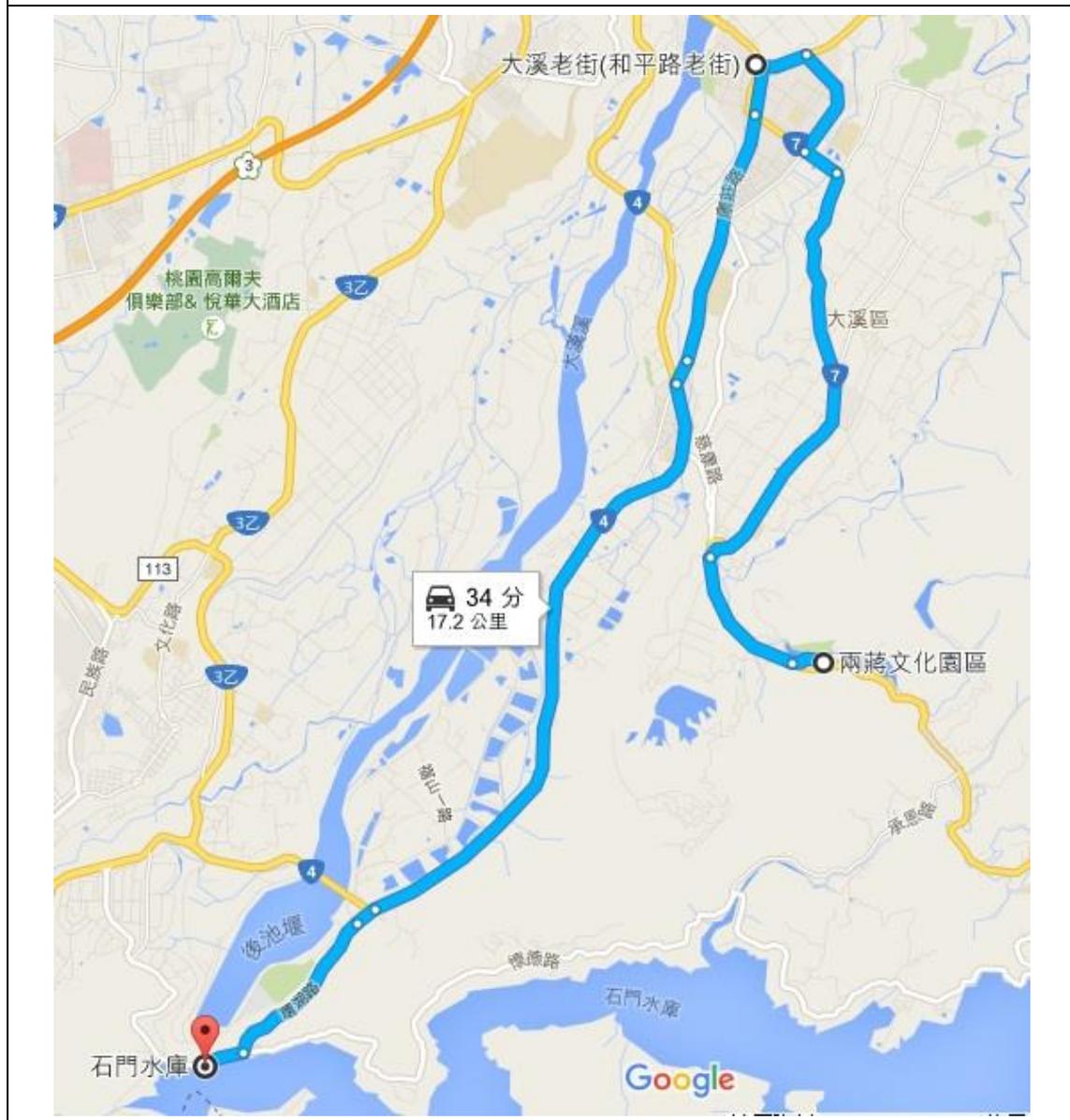


表 5.2：桃園親子旅遊

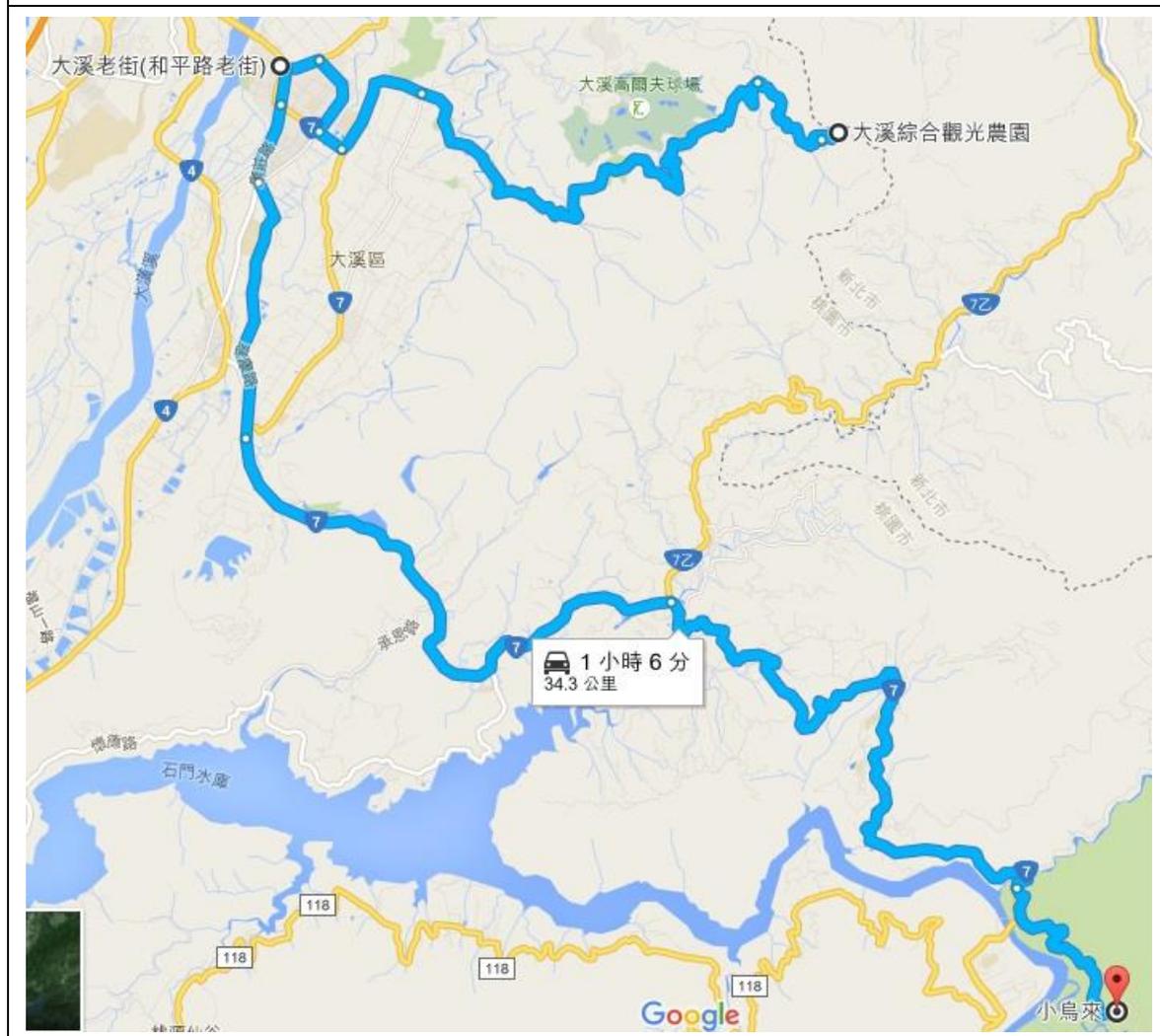
	景點	內容	車程	停留時間
上午	可口可樂世界	認識「可口可樂」文化及製程	10 分鐘	1 小時
	大溪老街	老街巡禮	30 分鐘	2 小時
下午	巧克力共和國	工廠導覽、DIY 課程	20 分鐘	2 小時

09:00 桃園車站集合	13:30 集合
09:20 出發	13:50 出發
09:30 可口可樂世界(依預約時間而定)	14:10 巧克力共和國
10:30 集合	16:10 集合
10:50 出發	16:30 回桃園火車站
11:30 大溪老街(午餐自理)	16:45 抵達桃園火車站



表 5.3：觀光果園、大溪、小烏來之旅

	景點	內容	車程	停留時間
上午	大溪觀光果園	賞櫻花、採水果	1 小時	1 小時
	大溪老街	老街巡禮	30 分鐘	2 小時
下午	小烏來風景區	天空步道、小烏來瀑布	40 分鐘	1 小時
08:20 桃園車站集合		13:30 集合		
08:40 出發		13:50 出發		
09:40 大溪觀光果園		14:30 小烏來風景區		
10:40 集合		15:30 集合		
11:00 出發		15:50 回桃園火車站		
11:30 大溪老街(午餐自理)		17:00 抵達桃園火車站 快樂賦歸		



5.2.2 木工體驗活動

現今有許多創作者投入微型創業的領域，本組以沈士傑所創的木趣設計為例子，木趣設計工坊是由工藝創作跨足文創產品，沈士傑主要藉由對於木工與公仔的興趣而設計出一系列的木製公仔，現今已有十年的木製公仔設計與開發實務之經驗，甚至逐漸將商品往海外拓展，利用融合在地文化與自然元素，做出許多具有特色的可愛木公仔或是生活用品，立志於建立具有台灣在地工藝特色的設計品牌。

本組認為可以藉著大溪木藝博物館的開放來將木工文化傳遞出去，我們從許多國內相關業者的實務經驗，推出大溪木工的「品牌經營」、「媒體通路」、「教育推廣」。由問卷分析的結果中，我們了解到遊客對於大溪老街的喜好主要在於它古色古香的特色，大溪鎮充滿著歷史文化，從清明時期到日治時期都有在此地留下相關的足跡，本組希望以工藝連結歷史，創造出屬於大溪特色的品牌產品，將由大溪木藝生態博物館概念出發，推廣木工藝DIY活動，讓遊客來此地可以體驗木製工藝的樂趣，也可藉由創作過程中了解大溪鎮的文化。

表 5.4：大溪木藝生態博物館行銷三大點

品牌經營	1、工藝連結歷史，創造出屬於大溪特色的文創產品。 2、DIY 活動
媒體通路	1、在大溪木藝生態博物館出發推廣許多木工藝活動 2、設置小市集販售木製紀念品
教育推廣	1、設計DIY木工藝體驗 2、推行大溪歷史文化導覽服務

基於上述原因，本組為大溪老街設計了木製品 DIY 的活動，因考量安全性問題，而設計出「針對兒童」、「針對大人」兩種方案。

5.2.2.1 針對兒童

考量到兒童的安全，故設計不需要用到尖銳物品的活動—為木製商船上色、拼裝，活動場地內有上色器材如：顏料、畫筆、沖洗器具等，及紀念品零件如：船身、船帆、船桿，所有木製的船身零件都為完成品，小朋友不需要再做雕刻的動作，可以體驗自己幫船身上色、拼裝的樂趣，創造出屬於自己的商船。

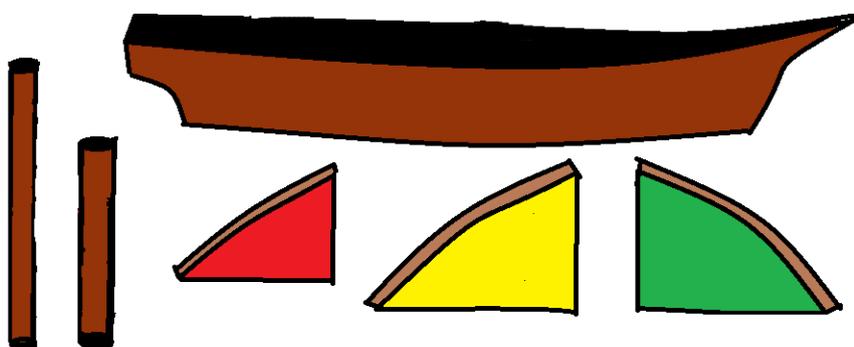


圖 5.9：木製商船零件概念圖

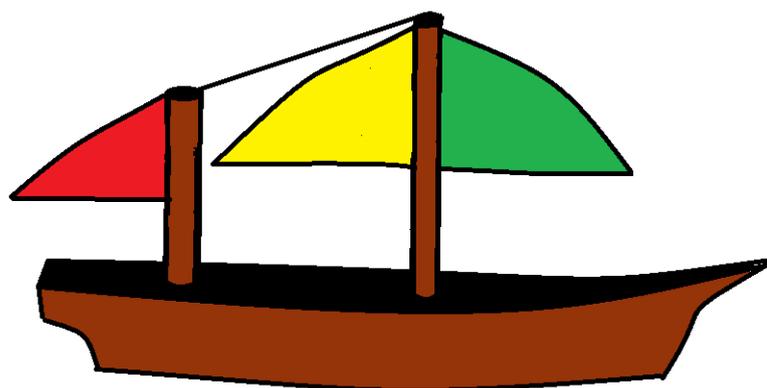


圖 5.10：木製商船成品概念圖

上色主要的步驟為，上色後吹乾，吹乾後再上色，重複兩個步驟到顏色呈現均勻，需要注意的就是顏料需先在調色盤上塗抹均勻，再塗抹於木頭上面。

以松木為材料，松木目前訂價一材為台幣 140 元左右，一艘船身大小約為長 15cm、寬 4cm、高 4.5cm，船桿長 1.5、高 10cm、寬 1.5cm，船帆長 8.5cm、寬 8cm、高 1cm。船身價格為 $15*4*4.5/2783*140=13.582$ 元，每艘船要有兩根船桿，價格為 $1.5*10*1.5/2783*140=1.1318$ ， $1.1318*2=2.2636$ 元，船帆價格為 $8.5*8*1/2783*140=3.4207$ ， $3.4207/2=1.7103$ 元，而一片可做兩個船帆，每艘船需有三個船帆 $1.7103*3=5.1309$ ，換算下來一艘素身船材料成本約為 21 元。

活動約設定 20 人，分成五桌，一桌 4 人共用一盒 12 色 60cc 的廣告顏料（市價約 540 元），每桌放 2 台吹風機（一台市價約 350 元），一個有大中小三種類型的水彩筆（市價約 35 元），一桌四個洗筆筒（一個約 30 元）。變動成本：材料費 $21*20=420$ （元）、廣告顏料 $300*5=1500$ （元）。固定成本：

吹風機 $350*10=3500$ （元）、水彩筆 $35*20=700$ （元）。開一次活動課程花費 $420+1500=1920$ 元，每位參加者成本 1920 元/ 20 人= 96 元，我們將體驗價暫定為 200 元/人，成品為一艘彩色小商船。

5.2.2.2 針對大人

在成人方面，本組參考台中木匠兄妹的 DIY 體驗，設計了製作檜木塊香包、造型鑰匙圈的活動，香包所需材料為檜木片、刨刀與放置木塊的香包；鑰匙圈所需材料為有造型圖案的小木板、小型鋸子、鑰匙圈，遊客可以於各種吉祥文字的木片中做選擇，之後再裁切，最後鑽上鑰匙圈孔。可體驗簡單使用刨刀與鋸子，做出屬於自己的紀念品。



圖 5.11：木工體驗之小木板



圖 5.12：木工體驗之小木板裁切

此部分將以紅檜木為主要材料，紅檜邊材呈現黃灰色，心材呈紅黃至褐色，具有淡淡芳香，弦切面有漂亮的波狀花紋。木理通直，質地呈細緻均勻。加工比較容易，而且木材非常耐腐，適用於雕刻。

紅檜木板 $2\text{cm} \times 9.5\text{cm} \times 272.7\text{cm}$ 市價約730元，一個吊飾約 $5\text{cm} \times 5\text{cm} \times 2\text{cm}$ ，一個空香包袋市價約30元，內容物為 $6\text{cm} \times 6\text{cm} \times 6\text{cm}$ 木塊切碎。一包鑰匙圈市價300元（內含50個鑰匙圈）。換算一個小木板吊飾成本約為7元，一個香包約68元，若一位活動參與者所花費的變動成本為約為75元，體驗價暫定為新台幣150/人，包含做香包與文字鑰匙圈。

參考文獻

1. 王維宏，(2004)，《台中市商圈消費者徒步環境重視程度與商圈選擇考慮因素之研究》，逢甲大學建築及都市計畫研究所碩士班碩士論文。
2. 翁俊雄，(1990)，《商店街的形成與發展》，太聯房屋市，183期，43~47。
3. 邱明民，(1999)，《商店街的未來-國內經營結構問題與日本經驗》，空間雜誌第113期，57~64。
4. 蔡大猶，(1996)，《商店街開發推動計畫-執行與展望》，商業現代化，商業現代化(27)：17~22。
5. 陳嘉民，(1999)，《都市傳統商圈再造問題之研究--以台南中正形象商圈為例》，國立成功大學建築學系碩士論文。
6. 王嘉明，(2003)，《我國土地使用變更各種負擔與回饋規範整合之初探》，土地經濟年刊，14期，25~52。
7. 王虹凌，(2007)，《台中市商圈消費者行為之研究》，朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。
8. 吳建德，(2013)，《商圈行銷策略與顧客滿意度之研究-以臺南市商圈為例》，成功大學工學院工程管理碩士在職專班。
9. 游宜儒，(2009)，《以消費者角度探討商圈塑造之研究-苗栗市南苗商圈為例》，中華大學建築與都市計劃學系碩士論文。
10. 蔡維修，(2005)，《體驗行銷、顧客價值、顧客滿意度與行為意向關係之研究-以田尾公路花園形象商圈為例》，朝陽科技大學企業管理系碩士論文。
11. 李嫻儀，(2008)，《高雄市三民區大連街商家、居民與消費者對形象商圈再造之認知研究》，國立臺南大學行政管理學系碩士論文。
12. 盧冬松，(2013)，《商圈經營創新管理與整合行銷之研究-以台中市天津路服飾商圈與繼光街商圈為例》，逢甲大學經營管理碩士在職專班論文。

13. 陳墀吉，(2001)，商圈更新再造研討會，經濟部商業司。
14. 陳世輝(2005)，《臺北市商店街區發展政策推動機制與成效之研究》，台北市，台北市市場管理處。
15. 林正修、王明元(1995)，《現代零售業管理》，台北市，華泰書局。
16. 維基百科(2015)，大溪老街介紹，<http://ppt.cc/WCng>
17. 交通局(2012.11.1)，改善大溪交通 交通局推多套措施，
<http://traffic.tycg.gov.tw/businessD/post/upt.asp?p0=38>
- 18.大溪區公所(2015.03.27)，大溪區地理環境，
<http://www.daxi.tycg.gov.tw/home.jsp?id=7&parentpath=0,1,4>
- 19.維基百科(2015)，大溪地方發展，
<https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E5%A4%A7%E6%BA%AA%E5%8D%80>

附錄

您好！我們是明志科技大學經營管理系的學生，目前正對大溪老街進行商圈再造的研究。所得到的資料都將作為學術用途並且加以保密，請放心填寫。感謝您的撥冗參與。

敬祝

假期愉快！ 事事順心！

明志科技大學 經營管理系

指導教授：廖宜慶 老師

學生：李浩華、張佳翔、曹豈瑋

陳嘉駿、陳鵬文

1. 請問您平均來大溪的次數？
每天一次 每週一次 每月一次 每年一次或更久
2. 請問您每次來大溪平均的停留時間約有多久？
半小時 一小時 一小時以上
3. 請問您這一次是搭乘何種交通工具前來？
大眾運輸 騎機車 開車 騎乘腳踏車 步行
4. 請問您這一次在交通上約花費多少的時間？
一小時以下 一小時到兩小時 兩小時以上
5. 請問您在大溪的平均花費金額為多少？
500元以下 500~1000元 1000~1500元 1500元以上
6. 請問您在下列各項目的花費情況？（請依花費項目由**最高排至最低**）
a.飲食、b.交通、c.特產、d.玩樂費用、e.香油錢_____
7. 請問您這一次到大溪老街來是為了？(複選)
觀光 參拜 逛街 吃美食 其他_____
8. 請問您對大溪老街的第一印象為何？(EX：喜好、感受、環境、產品)

9. 對於大溪，請問什麼樣的主題特色是您最喜歡的？
美食 廟宇 古玩 建築風格 其他_____
10. 請問您認為未來大溪朝何種方向發展最能吸引您前來？
觀光工廠 木雕體驗營 保持原貌 其他_____
11. 請問至今讓您最印象深刻的是哪一個老街呢？

12. 承上題，上述老街吸引您的理由為何？(複選)
環境氣氛 人文特色 美食 活動 交通方便 其他_____
13. 您認為大溪老街需要改進的地方。(複選)
交通 環境整潔 物價 商品種類 其他_____

～背面上有試題，請翻面作答～

消費者行為：

14. 請問您對於休閒活動的重視程度？

非常重視 重視 普通 不重視 非常不重視

15. 請問您最常做的休閒活動為何？【最多可複選3項】

國外旅遊 國內旅遊 逛街購物 閱讀 聽音樂 戲劇電影 電視 電腦網路
運動 舞蹈 社交活動 郊外踏青 藝文活動 逛展覽、博物館 吃美食
其他_____

16. 請問您最常和誰一起從事休閒活動？

自己一人 家人親戚 朋友 情侶 其他_____

17. 請問您來大溪前會事先蒐集大溪相關資訊（如：特色、歷史、店家、觀光路線資訊等）的積極程度為？

非常積極 積極 普通 不積極 非常不積極（直接回答19題）

18. 所蒐集的大溪相關資訊實用性如何？

非常高 高 普通 低 非常低

19. 請問您這一次來是從何知道大溪的相關資訊？【最多可複選3項】

親友介紹 電視節目介紹 報紙報導 雜誌報導 旅遊手冊 戶外看板 廣播
網路 其他_____

20. 請問您平時會不會注意休閒旅遊、飲食或大型活動等相關的資訊？

非常注意 會注意 普通 很少注意 根本不注意（直接回答22題）

21. 資訊通常從哪裡獲得？

親友介紹 電視節目介紹 報紙報導 雜誌報導 旅遊手冊 戶外看板 廣播 網路
其他_____

22. 請問您每月願意花費在休閒娛樂上的金額為多少？

1000元以下 1001~3000元 3001~5000元 5001~10000元 10001以上，約_____元

23. 請問下列休閒地點選擇的要項對您的重要性為何？（請選3項，由最重要排至最不重要）

a. 交通方便、b. 環境品質、c. 花費多寡、d. 文化特色、e. 當地特產、f. 知名度、g. 多樣化的休閒選擇、h. 設施規劃的完整性

(1)_____ (2)_____ (3)_____

個人基本資料：

24. 目前居住地：_____縣/市_____鄉/鎮/市/區_____里

25. 性別：男 女

26. 年齡：15歲以下 16~20歲 21~30歲 31~40歲 41~50歲 51~60歲 61~70歲 71歲以上

27. 職業：農 工 商 公教/軍警 學生 自由業 其他_____

28. 學歷：研究所（含）以上 大專 高中/職 國中 國小（含）以下

29. 每月收入：15000以下 15001~35000 35001~65000 65001~100000 100001以上

～問卷到此結束，感謝您的耐心作答～