

明志科技大學

經營管理系

專題研究計劃書

文化資產的利基再造策略初探

以三峽老街商圈發展為例

| 組員： | 學號 | 姓名 |
|-----|-----------|-----|
| | U98227009 | 吳怡萱 |
| | U98227012 | 沈柔存 |
| | U98227021 | 莊怡軒 |
| | U98227022 | 許瀨菱 |

指導老師： _____ 博士

中華民國一百年八月三十一日

摘要

國內自民國八十九年起政府開始實施週休二日、國內觀光旅遊業也逐漸被國人重視，隨著生活型態的改變，許多國人也願意運用閒暇的時間，遠離塵囂，去體驗不同的生活型態，由此可知二十一世紀為重視休閒生活的世代。對消費者而言，休閒、娛樂與觀光活動，除了享受離開現實生活以外，更有追尋回歸自然與體驗文化的行為。

隨著產業的變化，以往以地方產業或貿易樞紐而興起之地區的市街已漸漸沒落，而近年來政府推動社區營造及地方區域發展，使這臺灣老街的歷史、文化、今昔變化、風俗及特產都被保留了下來，並成為現今許多地區具代表性的觀光景點。當現今消費者面對眾多商圈的選擇，傳統市集商圈是如何重新再造以吸引消費者？消費者對於商圈的選擇是否除了便利性以外，同時也重視是否能從消費活動中獲得新鮮、愉悅的感覺或是其他例如感性、知性與知識的學習？對於貢獻於國內地方特區的傳統市集而言，如何發展其老街商圈？如何在體驗經濟概念下針對消費者之需求，提供更貼近消費者之經營設計？地方文化資產是否對老街商圈發展有所助益？又老街商圈如何利用文化資產的利基進行策略再造？

本研究將以老街商圈再造，透過文獻探討、消費者行為調查、實地老街商圈觀察、訪談老街商圈業者以及透過網路、書籍蒐集相關資料，期望能探討傳統市集藉由政府的推廣計劃，及老街商圈如何運用文化資產為利基進行商圈再造，與其發展的策略，使老街商圈重現新風貌。

關鍵字：文化創新、商圈再造、發展策略、老街文化。

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 研究問題與目的..... | 2 |
| 1.3 研究流程..... | 3 |
| 第二章 文獻探討..... | 4 |
| 2.1 文化資產..... | 4 |
| 2.1.1 文化資產的定義..... | 4 |
| 2.2 再造策略..... | 6 |
| 2.2.1 商圈更新再造的背景..... | 6 |
| 2.2.2 商圈更新再造的意義..... | 7 |
| 2.2.3 商圈更新再造的價值..... | 8 |
| 2.3 商圈發展..... | 10 |
| 2.3.1 商圈..... | 10 |
| 2.3.2 形象商圈..... | 14 |
| 2.3.3 商圈更新再造..... | 16 |
| 第三章 研究方法..... | 17 |
| 3.1 研究個案背景..... | 17 |
| 3.2 研究設計..... | 18 |
| 3.3 資料收集方法..... | 18 |
| 3.3.1 文獻收集..... | 18 |
| 第四章 目前進度與預期成果..... | 19 |
| 參考文獻..... | 20 |

表 目 錄

| | |
|------------------------|----|
| 表 2-1 文化資產定義與地方代表..... | 5 |
| 表 2-2 全臺老街分類表..... | 12 |
| 表 2-3 商圈類型及特徵..... | 13 |
| 表 2-4 全臺老街原有特色表..... | 16 |
| 表 4-1 專題時程表..... | 18 |

圖 目 錄

| | |
|---------------------------|----|
| 圖 1-1 本研究流程..... | 3 |
| 圖 2-1 商圈的分類與所佔消費群之比率..... | 11 |

第一章 緒論

1.1 研究背景與動機

國內自民國八十九年起政府開始實施週休二日、國內觀光旅遊業也逐漸被國人重視，隨著生活型態的改變，許多國人也願意運用閒暇的時間，遠離塵囂，去體驗不同的生活型態，由此可知二十一世紀為重視休閒生活的世代。對消費者而言，休閒、娛樂與觀光活動，除了享受離開現實生活以外，更有追尋回歸自然與體驗文化的行為。

對於舊有傳統市集，經濟部自1999年起開始推動「改善商業環境五年計畫」，預計在五年內建立一套示範模式，讓中小零售業者自行組合起來，依照當地特色改善商業經營環境，並透過組織化的輔導，建立共同經營、公共參與的理念，再配合地方建設結合硬體工程，全面推動商圈再造工程；此項五年計畫的形成，最早可追溯到商業司自1995年起陸續推動「形象商圈」及「商店街」計畫，目的即是讓舊有傳統市集重現新風貌。（經濟部商業司，1998）

綜合以上兩點對國內許多城鎮市區發展策略而言，莫不以觀光發展為前提，以形象商圈為例，可將形象商圈分為：都市型形象商圈（臺北東區）、區域型形象商圈（臺中一中街）、特色型形象商圈（臺灣老街）、新興型形象商圈（林口科學園區），以上四種類型的形象商圈都為經濟部商業司所推動的範圍，其中又以「都市型」及「特色型」的形象商圈成效較為顯著。因此本研究將探討地方文化特色，提供更深刻的互動與體驗文化的機會來吸引消費者，故我們將以「特色型」形象商圈-老街為例深入探討。

以近年來消費者經濟活動的軌跡而言，更是已經由產品經濟、服務經濟走向體驗經濟，與目前如雨後春筍般蓬勃發展的老街商圈再造可謂是不謀而合。現今全臺共有二十七條老街，在眾多老街當中以北部老街居多且較為發展，其中又以三峽老街之文化資產保存性最為完善，例如：三峽祖師廟、宰樞廟、李梅樹紀念館、三峽拱橋以及許多老街建築……等，但因其地理位置在交通上較為不便，三

峽老街商圈如何從中脫穎而出，吸引消費費者造訪？

在新北市政府與三峽區公所大力推動再造計畫之下，三峽地區許多在地文化引申出的體驗文化及地方特色，有了非常顯著的成效，加上背後有著強大的維護團隊-三峽老街商圈發展協會，國內觀光客回流與國外觀光客前來三峽老街遊逛的趨勢蒸蒸日上，而這也使三峽老街成為臺灣地方老街商圈最具魅力的觀光景點。因此本研究將結合前者敘述之探討項目，並針對三峽地區如何運用其文化利基及再造策略重現三峽老街新風華進行深入探討。

1.2 研究問題與目的

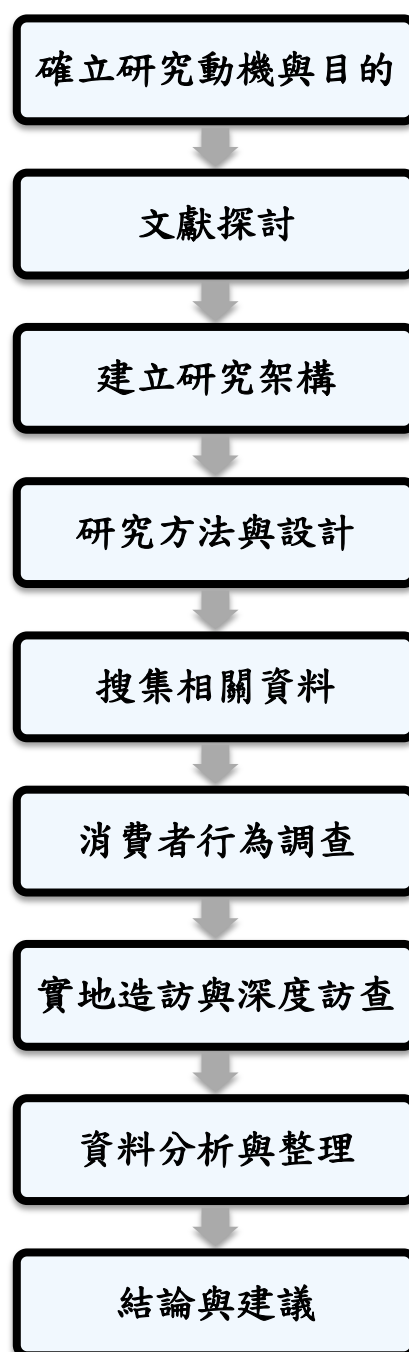
根據以上敘述之研究動機與背景，本組將探討新北市三峽老街對於三峽區隨著經濟變遷起伏，至民間地方政府與文化團體大力推動所重新打造的老街觀光形象，又重新替它們注入新活力、新商機的發展及演變過程。因此我們欲要達成的目的有：

1. 了解及探討三峽老街發展及演變過程。
2. 探索在地文化如何與商機結合，創造更多無限的價值。

1.3 研究流程

本研究的流程是以確立研究動機與背景為開始，了解研究問題與目的後，確立本研究的主題，再收集相關文獻進行探討，構出本組的研究架構。再經由小組成員分工收集相關資料與討論。接著至老街訪查、觀光體驗及與在地業者進行實地訪談，並將書面資料及訪查資料進行彙整、分析，最後給予本研究結論與建議。

圖 1-1 本研究流程



第二章 文獻探討

2.1 文化資產

2.1.1 文化資產的定義

臺灣，隨著政黨輪替及世代交接傳習的過程，不同政府對文化資產皆有不同的看法，進而對文化資產保存也略有異同。而文化資產保存的觀念早在日治殖民時期就已引入臺灣，於日治時期首先有了「史蹟天然名勝紀念物保存法」的概念，其中分為史蹟、名勝、天然紀念物三大類；隨著臺灣光復，於民國十九年由國民政府正式頒布『古物保存法』，細分為十二類，其分別為：古生物、史前遺跡、建築物、繪畫、雕塑、銘刻、圖書、貨幣、輿服、兵器、器具及雜物，此法也成為當時中國文化資產保存的主要法令依據。

但因中國政府當時動盪不安，此法並未發揮其應有效用，至國民政府遷臺後，有關文化資產的保存仍然還是尚未成為政府施政的優先項目。直到民國九十四年由行政院文化建設委員會（以下簡稱文建會）正式公布施行「文化資產保存法」，此法將文化資產濃縮分為六類，其分別為：古物、古蹟、歷史建築、民族藝術、民俗及有關文物、自然文化景觀。

隨著文化資產逐漸在臺灣越來越被重視，甚至掀起了一股熱潮，相對文化資產保存也變得更加重要。文建會在民國九十四年「文化資產保存法」當中將最新版的文化資產分為七類，其中古蹟、歷史建築、聚落為一類，其餘則分別為：遺址、文化景觀、傳統藝術、民俗及有關文物、古物、自然地景。

以下將以列表方式詳細說明文化資產保存法在民國九十四年對文化資產所產生的最新相關政策及定義：

表 2-1 文化資產定義與地方代表

| 分類 | 定義 | 地方代表 |
|------------------|---|---|
| 古蹟 歷史建築 聚落 | 指人類為生活需要所營造之具有歷史、文化價值之建造物及附屬設施群。 | 古蹟：臺灣總督府交通局鐵道部(臺北市大同區)、八通關古道(南投縣竹山鎮)、下淡水溪鐵橋[高屏溪舊鐵橋](屏東縣屏東市) 歷史建築：迪化街(臺北市大同區)、延平郡王祠(臺南市中西區)、舊檳榔火車站(臺東縣卑南鄉) 聚落：寶藏巖聚落(臺北市中正區)、Tjuvecekadan(老七佳部落)石板屋聚落(屏東縣春日鄉)、林田山(MORISAKA)林業聚落(花蓮縣鳳林鎮) |
| 遺址 | 指蘊藏過去人類生活所遺留具歷史意義之遺物、遺跡及其所定著之空間 | 大坵坑遺址(新北市八里區)、古笨港遺址(雲林縣北港鎮)、左營舊城遺址(高雄市左營區) |
| 文化景觀 | 指神話、傳說、事蹟、歷史事件、社群生活或儀式行為所定著之空間及相關連之環境。 | 凱達格蘭北投社(臺北市北投區)、雲林縣斗六糖廠糖業(雲林縣斗六市)、橋仔頭糖廠(高雄市橋頭區) |
| 傳統藝術 | 指流傳於各族群與地方之傳統技藝與藝能，包括傳統工藝美術及表演藝術。 | 客家八音(臺北市中正區)、竹編工藝(南投縣竹山鎮)、漆工藝(南投縣草屯鎮)、吉和堂八家將(臺南市佳里區) |
| 民俗及 有關文物 | 指與國民生活有關之傳統並有特殊文化意義之風俗、信仰、節慶及相關文物。 | 三峽長福巖清水祖師聖誕祭典(新北市三峽區)、大甲媽祖遶境進香(臺中市大甲區)、恆春搶孤及爬孤棚(屏東縣恆春鎮)、炮炸肉身寒單爺活動(臺東縣臺東市) |
| 古物 | 指各時代、各族群經人為加工具有文化意義之藝術作品、生活及儀禮器物及圖書文獻等。 | 大多收錄在中央部會政府、國立故宮博物院、國家圖書館及國立臺灣工藝研究所……等單位。 |
| 自然地景 | 指具保有自然價值之自然區域、地形、植物及礦物。 | 自然保留區、野生動物保護區、野生動物重要棲息環境、國家公園、自然保護區 |

資料來源：國立成功大學建築研究所-楊珊儒整理自林會承，《新版文化資產保存法施行後的思考，2006年文化資產實務進階研習營學員手冊》，文化建設委員會，P. 1-1，2006 及本研究整理。

綜合上述可知，從日治時期至光復後國民政府遷臺，臺灣這塊寶島隨著時代的進步及變遷，文化資產在各個時期的定義皆有所不同，且在分類上也由簡至繁，越來越走向細緻的分類了。而文建會的政策及相關定義，對於臺灣的文化資產保存也著實向前邁進了一大步，但世界仍不停的變動，文化資產是每個國家歷史遺跡的存證也是最珍貴的寶物，文化資產保存法也應隨著時代、文化不同而有所更動，如此才能適應各個族群的文化，進而使文化資產得以延續其價值及無止境的保存。

2.2 再造策略

過去臺灣從中小型企業時代到現在慢慢轉型成服務體驗時代，就以就業人口行業結構比觀察，97 年服務業占整體就業人數比重由 96 年 57.92% 升至 58.02%（經濟部商業司，2008）由此而知，臺灣的服務業正再漸漸蓬勃發展。在政府大力的推動商圈更新再造之後，讓許多曾經幾乎要沒落的傳統商圈市集又有了新的風貌，為了對商圈更新再造有了更深入了瞭解與認識，我們研究了商圈更新再造的背景、商圈再造的意義、商圈更新再造的價值，詳細的說明如下：

2.2.1 商圈更新再造的背景

隨著時代的改變人們的消費需求也不斷在變，我們將商圈經營環境的轉變大概區分為：總體環境的變動、產業環境的變動、商圈參與者的變動三方面。分述如下：

（一）臺灣產業結構的變遷：

隨著臺灣產業結構不斷的再改變，臺灣從「一級產業」農業開始再到後來的「二級產業」工業再漸漸轉變為近幾年來以「三級產業」為主的服務業時代。由於產業結構不斷的改變，消費者的食衣住行育樂也一直都在改變著，例如開始會嚮往擁有奢侈品、想要有自己的交通工具、想要到都市工作與生活等等。而每個家庭也因為收入的增加而有了不同的生活模式。人口統計變數也跟著一直在變化，例如人口老齡化、晚婚與生育率低、小家庭的比例增加、單親家庭比例增加等等，

種種原因都有可能導致消費者的消費型態跟著改變。

(二) 零售業環境的變遷：

臺灣零售業的改變，除了販售的商品越來越多元化之外，主要的改變還是在業態上的演變，過去臺灣的零售市場是指傳統市場、服飾店、五金行、雜貨店等，過去的零售市場談不上有太大的業態區隔；而近年來新興的零售業如：生鮮超市、便利商店、大型連鎖量販店、百貨公司等已漸漸取代傳統的零售市場。從此我們可知道，近年來新興的零售業朝多元化、倉儲化、網路化、複合化、連鎖化、消費者導向來發展，而那些老舊的傳統零售市場根本就已經很難在市場上與這些新興的零售業者較量，所以隨著時間的流是這些老舊的零售業也漸漸的再流逝。(劉坤堂，1999)

(三) 消費者及管理者的變遷：

商圈參與者的改變包括顧客的改變及經營者的改變兩部分。顧客的改變係消費世代的形成及其所造成的「世代差異」。消費者會因為生長年代、生長環境的相同，而有了許多相似的價值觀、社會態度、生活模式，而有相似的消費行為，最後會匯集成一股獨特的消費力量。而不同的生長年代之間再購買行為、媒體的接觸行為、生活型態的價值觀以及消費型態上都有差異。(黃識銘，1999)

隨著時代在改變，傳統零售業漸漸的再衰退而新興的綜合零售業的蓬勃發展，使得商圈的經營者的年齡也開始有了顯著的區分，那些待在傳統零售業的經營者年齡越來越高，新興的綜合零售市場都是由這些年輕人在經營，而這時代的消費者消費習慣每天都在變，年輕人想法豐富，可以應對這些萬變的消費者，但對於這些中、老年經營者來說根本就應付不了這樣快速的改變。所以這些傳統的零售市場就漸漸的被這些新興的綜合零售市場給取代了。上述原因使得商圈的經營者會出現自然的世代區隔現象，可能某些老舊衰退商圈其大部份的經營者都是集中於中老年世代，而某些商圈經營者年齡則趨向年輕化。

2.2.2 商圈更新再造的意義

商圈更新再造的基本精神乃是跳脫個別店舖內部範圍的管理，導入區域性的共同經營理念，融合「社區」意識，藉由店舖群自主性成立的管理組織，透過自發的消費環境改變及服務品質的提升方式，共同創造商圈整體的競爭力及另人愉悅的商業環境（意展，1990）。三峽老街也是基於這樣的意義而進去商圈更新再造計畫的，早期三峽老街商圈的第一條街「三角湧街」，是因應移民入墾者的聚落逐漸由溪邊遷至山上所形成，是當時最主要的商業街道，之後逐漸向外擴展了現在的三峽老街，雖然現今三峽老街擺脫了往日的喧囂，獨留一幢幢的紅磚拱廊和巴洛克式立面牌樓建築，卻仍是吸引許多遊客到此駐足，依山傍水的三峽老街，近年來，透過地方人士的號召及奔走，老街重新聚集了許多傳統手工創意產業以及新興產業的進駐，為老建築、舊街道帶來了新的氣象。

商圈更新再造主要是為了改善中小零售業原有的經營方式、整頓傳統零售商圈讓商圈攤販更有規劃、開創城鄉發展的魅力、提倡當地的地方文化產業、規範優質的消費環境，以期能真正達到擁有新風貌而達到商圈共同經營的目標。商圈更新再造計畫的推動，不僅只是以消費者的需求來做改變，而也應該顧慮到社會面、制度面、經濟面、生態面之全方位發展。就像現在環保意識的興起及體驗經濟的興起，老街商圈應該更重是垃圾分類還有周遭環境的整潔，也可以常辦體驗DIY的活動來吸引消費者的興趣。

2.2.3 商圈更新再造的價值

讓民眾參與環境規劃其目的除可發揮其專業能力與智慧資源外，亦可促進民眾之團結，共同推動社會的工作與活動。一般而言，讓民眾參與環境規劃時，不僅只是為了解決目前環境之規劃與觀理維護的問題，其背後仍有更深層之意涵。此可從政治、社會、心理、文化以等四個層面，由此四層面加以分析我們可瞭解到民眾參與環境規劃及商圈再造的價值為合茲分述如下（經濟部商業司，1992）：

（一）政治層面價值

民眾參與強調是一種權力轉移手段的政治策略，將原本操縱於政府決策者或

傳統專業規劃者決策權與控制權，轉移給民眾、或是與民眾分享。因此，民眾參與在政治層面上的意義為，強調民主政治之運作，擴大行政的機能，使政治權力均衡的分配於決策者與民眾之間，並透過公平、公正、合理民眾參與，使得各方民眾都有同樣獲得利益的機會，達到真正民主的政治意義。

（二）社會層面價值

民眾參與是社會學習的過程，透過參與空間塑造、會整資源分配的過程，學習如何維護自己的利益及尊重別人的利益與價值觀，調整個人社會和利益的衝突，所以民眾參與可謂是化解社會衝突的策略，其利用參與的過程，增加個人對團體及街區產生共同的意識，繼而產生對街區團體的歸屬感及認同感，增加街區的向心力，有助於街區計劃的推動。

（三）心理層面價值

或許是因為現在每個人生活都繁忙的原因，人們通常對都市公共空間的混亂通常都漠不關心，或許想說那是別人的事不關他的事，也或許他很想改變這一切但卻無能為力去改變，或許真的是政府太忽視了民眾的聲音，而導致很多事情民眾及時想去改變也會因為自己無能改變而就這樣採取漠視的態度。因此若能藉由讓民眾參與商業環境規劃的過程。喚醒民眾對商業環境的認知，透過參與商業環境改變過程，感受到自我的存在及價值，進而關心周遭商業環境的事務。

（四）文化層面價值

可以透過讓消費者參與的過程中讓那些懂當地文化特色的專家和消費者交流，讓他們自己親自體驗去DIY(如三峽老街藍染嘉年華、鶯歌老街拉坯、北埔老街擂茶…等)，使這些民眾能更了解每條老街商圍的地方文化意涵。

其中形象商圍在導入時必須結合中央政府支持、地方縣市單位配合、地方鄉鎮公所全力意願、地方相關單位的協助，再取得當地居民、商店、單位/團體、意見領袖贊成，然後配合其當地的人文特色，如文化、特產、環境、交通、潛力、商品、宗教人潮、業態..等，結合了種種的資源、人力，如此一來才能夠創造出一個具有獨特形象、令人印象深刻的形象商圍。因此形象商圍導入必須考慮三個

重要的層面；分別為計畫的延續性—地方政府的全力配合，落實性—該商圈業者高度的參與意願，以及發展性—區域商機發展的潛力，將此三個重要層面予以整合，才能創造出一個卓越的形象商圈（朱國光，2001）

2.3 商圈發展

2.3.1 商圈

現代經濟發展快速，許多地區店家及人口聚集，提供了商店與顧客接觸的機會。Bennet（1995）認為商圈為一家商店或行銷單位考量其成本與銷售數量下，可銷售產品之地理區域，並獲得成本及數量上的效益。Huff（1964）認為商圈係指一家商店於區域內，在該區域內顧客購買商品之機率高於零，故商圈的觀念是顧客針對一家商店及產品而前來消費。

陳嘉民（1991）認為商圈即變相的商業區域，即顧客會前往消費之地理區域之商店群。故對商家而言，只要「顧客前往消費之地理區域」即為商圈。但對於地理區域而言，眾多商家聚集而成則形成商圈，例如：臺北西門町、高雄新堀江等。綜合上述可知，商圈主要是以某商店為延伸並於有效範圍內聚集眾多商家，在此地理區域內顧客對於商家或產品擁有消費能力及購買力，則構成所謂商圈。

從日治時代遺留下來的市街，因產業變化及人口外移的問題逐漸沒落，只剩少部分老字號店家存留，近年來在地方政府的推廣策略下，以這些老字號店家為主軸而延伸了新一代的老街商圈，並帶動地方觀光休閒產業。

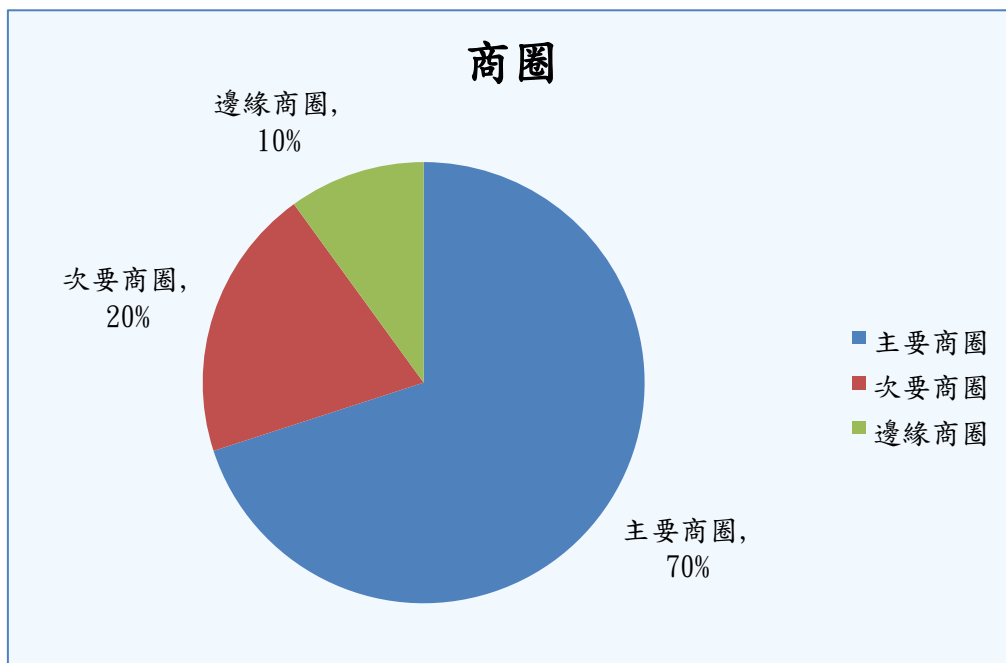
William Applebaum（1966）將商圈分為三種，即主要商圈（Primary Trading Area）、次要商圈（Secondary Trading Area）及邊際商圈（Fringe or Tertiary Area）。

（1）主要商圈：係指一地理區域內之某商家約有七成左右顧客會前來消費，相較於其他商家具有競爭優勢，足以吸引大量顧客前往，形容高顧客密度群，且主要商圈通常不會和其他商圈重疊，擁有自己的獨性吸引力。例如：臺北士林夜市、臺中逢甲夜市、高雄三多商圈。

(2) 次要商圈：為主要商圈向外延伸之區域，顧客數大約為兩成，此商家對於顧客也同樣擁有相當吸引力及競爭優勢，相對於主要商圈較為薄弱。若是根據地理位置而條件與主要商圈相同者，則次要商圈通常為顧客之首選。例如：臺中一中街、臺北新埔商圈。

(3) 邊緣商圈：此商圈相較其他兩者較無競爭優勢，顧客數只占剩餘一成，顧客通常為碰巧或臨時起意才會消費，除非顧客對於此店家忠誠度甚高，才會花較多時間前往消費。如：臺北車站後站。

圖 2-1 商圈的分類與所佔消費群之比率



目前臺灣較廣為人知老街商圈共有 27 條，本研究依上述商圈分類將老街商
 圈分別歸類：

表 2-2 全臺老街分類表

| 老街 | 主要商圈 | 次要商圈 | 邊緣商圈 |
|--------|------|------|------|
| 烏來老街 | √ | √ | |
| 平溪老街 | | √ | |
| 九份老街 | | √ | |
| 深坑老街 | | √ | |
| 三峽老街 | | √ | |
| 鶯歌老街 | | | √ |
| 淡水老街 | √ | | |
| 湖口老街 | | √ | |
| 內灣老街 | | √ | |
| 北埔老街 | | √ | |
| 南庄老街 | | | √ |
| 勝興老街 | | √ | |
| 車埕老街 | | | √ |
| 鹿港老街 | √ | | |
| 北港老街 | | √ | |
| 新化老街 | | √ | |
| 安平老街 | √ | | |
| 臺南延平老街 | | | √ |
| 斗六太平老街 | | √ | |
| 旗山老街 | | √ | |
| 奮起湖老街 | | √ | |
| 西螺老街 | | √ | |
| 金山老街 | | √ | |
| 頭城老街 | | √ | |
| 美濃老街 | | | √ |
| 新莊老街 | | √ | |

資料來源：本研究整理

而商圈又可以地理位置、消費者型態、功能及目的性分為：

表 2-3 商圈類型及特徵

| 商業區域類型 | 特徵 | 經營業態 | 實例 |
|--------|----------------------------|--------------------------------------|--------------------|
| 都會型 | 都市大多數人主要購物、休閒、娛樂的地方 | 流行服飾、鞋子、百貨公司、電影院、快餐店、精品店 | 臺北信義區、西門町、高雄三多 |
| 社區型 | 零售業以服務該社區住宅需求為主 | 便利商店、家庭小吃、超市、洗衣店、髮廊、診所、藥局、五金行 | 臺北民生社區、高雄尖美社區 |
| 辦公型 | 零售業以服務該區上班人員為主，白天生意比晚上好 | 銀行、郵區、速食、商務旅館、影印店、書店、餐廳、咖啡店、文具店 | 臺北民生東路、高雄中正路、臺南中正路 |
| 轉運型 | 因交通工具轉運而造成人潮流動，停留時間不長 | 便利商店、書店、咖啡店、速食店、精品店 | 臺北車站、板橋車站、高雄車站 |
| 校園型 | 顧客多為學生或教職員，寒暑假生意較差 | 快餐店、便利商店、書店、文具店、飲料店、服飾店、遊樂場所、補習班、影印店 | 臺大公館、成功大學路 |
| 遊樂型 | 顧客多為遊客，主要為休閒及觀光產業 | 旅館、飯店、土產店、飲料店、禮品店、小吃 | 墾丁、日月潭、陽明山、老街 |
| 夜市型 | 顧客多為附近之居民，也有遠地而來者，晚上生意比白天好 | 服飾、飾品、各類小吃、水果、遊樂場所 | 臺北士林夜市、臺中逢甲夜市 |

資料來源：維基百科及本研究整理

綜合上述資料分析：臺灣老街商圈因地理位置的不同，而分別涵蓋了主要商圈、次要商圈及邊際商圈，如：臺北淡水老街、新莊老街、美濃老街，因這樣的地理差異而造成臺灣老街商圈發展並沒有達到相同水平而產生了經濟落差。根據商業區域類型來看，臺灣老街商圈皆屬於遊樂型商圈，提供了多元化的休閒與體驗活動。

2.3.2 形象商圈

形象商圈為政府近來對傳統商圈進行再造的方式之一，因現代商業活動越來越頻繁，產品及服務也日異求新變得更多樣化，傳統商圈隨著經濟時代的變遷已無法滿足消費者，故政府推動形象商圈的整合與再造來面對未來環境及經濟變遷。形象商圈是將地方自然形成之傳統商圈，結合當地產業、文化等特色，以現代企業經營管理之理念，針對傳統商圈之優劣勢進行改造，並藉由商業基礎建設來改進，凝聚商圈合作意識，強化商圈競爭力，塑造具有形象特色的現代化商圈，以因應未來產業消費形態並滿足消費者需求。(經濟部商業司)

隨著經濟變遷，現代休閒及觀光產業快速興起，臺灣民眾、商家及政府越來越重視休閒及觀光產業的發展及其所帶來的效益。政府對於休閒及觀光產業發展而言，主要以人文建設為主，探討形象商圈、城鄉新風貌及地方特色文化活動等之區域發展。這樣的規劃再造的確可以吸引顧客以帶動形象商圈之休閒觀光業，但並於顧客之消費行為確無法保證，故形象商圈需具有以下其特色，有助於整體商圈發展：

(1) 為土地集約使用的商圈：係指一地理區域之形象商圈在其公共空間與土地的使用與規劃，主要採集約的使用方式，以維護形象商圈之齊一性並帶出其特色。

(2) 有秩序的商圈：形象商圈有別於傳統商圈為「集體行銷」的方式，以管理秩序維護商圈的經營秩序，讓商家之間良性競爭，以創造更高的利潤。

(3) 結合消費、文化及休憩等多樣化的商圈：隨著體驗經濟的興起，消費者從注重產品的價值變轉為重視消費過程中的體驗，形象商圈也提供了多樣化的產品與體驗增加顧客之消費意願。

(4) 結合地方資源的商圈：指形象商圈除了商圈內部之經營外，地方政府亦協助額外舉辦和地方文化相輔之特色活動等，以帶動商圈人潮。例如：三峽藍染節與地方政府共同辦理，將三峽特有之藍染以不同方式呈現(如：衣服、精品等)並讓消費者動手體驗DIY。

而簡媛毅(2000)以經濟部商業司所輔導的商店街為研究對象，進一步將形象商圈分為四類：

(1) 都市型形象商圈：此類商圈具有強烈的消費誘因，地理區域範圍廣，輔導重點在於促進商業環境之發展、打造商圈形象與定位及未來發展與規劃等。

(2) 區域型形象商圈：主要以滿足附近地區消費者需求為主，涵蓋範圍為商圈三公里左右，輔導重點為將附近零散商家聚集並加入多種業種與業態使之多元化，以自給自足。

(3) 特色型形象商圈：具有特殊文化、產業、特產等觀光資源，使此商圈更具有主題性，輔導重點為強調商圈特色且結合地方資源，重新打造出特色型商圈。

(4) 新興型形象商圈：為少數或甚至沒有商家聚集之區域，故將針對消費者需求規劃新興型商圈，其輔導重點為消費者需求分析、交通動線規劃等。

以上四種類型的形象商圈都為經濟部商業司所推動的範圍，其中以都市型及特色型的形象商圈成效較為顯著。藉由經濟部商業司之政策推動，使老街商圈從以往的傳統商圈跳脫出，開創自己的主題性，並結合地方產業文化以成為現在的特色型形象商圈。

臺灣老街原有特色：

表 2-4 全臺老街原有特色表

| 老街 | 特色 | 老街 | 特色 |
|------|----------|--------|---------------|
| 烏來老街 | 原住民文化 | 鹿港老街 | 巴洛克建築、廟宇 |
| 平溪老街 | 天燈 | 北港老街 | 廟宇 |
| 九份老街 | 金礦業 | 新化老街 | 巴洛克建築 |
| 深坑老街 | 豆腐 | 安平老街 | 安平古堡 |
| 三峽老街 | 巴洛克建築、廟宇 | 臺南延平老街 | 開臺第一街、小吃、西式洋樓 |
| 鶯歌老街 | 陶瓷 | 斗六太平老街 | 巴洛克建築 |
| 淡水老街 | 阿給、魚酥、鐵蛋 | 旗山老街 | 巴洛克建築 |
| 湖口老街 | 客家文化 | 奮起湖老街 | 木構建築 |
| 內灣老街 | 客家文化 | 西螺老街 | 醬油、大正與昭和建築 |
| 北埔老街 | 客家文化、擂茶 | 金山老街 | 巴洛克建築 |
| 南庄老街 | 木構建築 | 頭城老街 | 木構、巴洛克建築 |
| 勝興老街 | 火車站 | 美濃老街 | 客家文化 |
| 車埕老街 | 木工 | 新莊老街 | 廟宇 |

資料來源：本研究整理

2.3.3 商圈更新再造

經濟部商業司（2000）以商圈更新再造的方式，區域性之經營理念由商圈之經營管理導入，並且融合「社區」意識，由商家們自主成立管理委員會、改善消費環境及提昇服務品質，創造商圈整體的競爭力及令人愉悅的商業環境。

經濟部商業司所指導的「商店街推動計畫」、「塑造形象商圈計畫」及「商圈更新再造推動計畫」，主要是針對國內中小零售業者所面臨之問題來改善經營問題，創造中小業者共存共榮的經營環境，並改善消費環境、提昇整體商業服務品質，促進國內商業健全發展為目的，進而落實商業現代化之政策。

目前臺灣老街商圈即為成功案例之一，地方政府以經濟部商業司所推廣的策略對於該地方內之觀光發展即為重大，藉由商圈更新再造讓老街商圈進一步的成長，使之豐富及多元，帶起另一波的觀光熱潮。

第三章 研究方法

3.1 研究個案背景

於敘述本研究方法之前，首先介紹本研究個案-三峽老街之發展演變過程，我們將三峽老街之歷史背景分為以下兩個階段：(1)老街再造前(2)老街現況。

(1)老街再造前：

三峽老街環山繞水，是臺灣北部最長老街之一，建築騎樓連續拱圈，拱圈排樓多半為巴洛克式風格，為臺灣少數保存完善且具歷史價值之傳統街區。三峽老街建築從民國初年保存至今。房子上刻的這些字代表姓氏、姓名、行號或店名；而商家的店家匾額框大都刻著堂號、店號或姓氏，和現今商店掛招牌的方式不一樣。不同造型的樓面突出的部份，通常中間部份較高，兩側較矮，稱為「山牆」或「牌樓」。建築上的圖形裝飾也有其寓意，例如：花瓶象徵「平安」，八卦則是有避邪之功用。而三峽老街的正面房屋以紅磚為主要建築材料，房子內的牆壁則是以土塊堆砌而成。多采的裝飾紋路在房頂的突出部份，以及二樓的窗臺下方有各種的紋樣，看起來格外精緻且別有風味。

過去的老街曾經是三峽地區最繁榮的市集，隨著時間的流逝，市集的繁榮不再，進而使得當地住民逐漸搬離此地，三峽此地也逐漸凋零。

民國 93 年由地方政府出資補助三億元，全面整修三峽地區的建築及街道，且為保存原始風貌，採用特別工法，以完整留存三峽老街特有的建築風格，終於於民國 96 年完工，三峽老街重新開張，宣布老街風華重現眼前。

(2)老街現況

現今老街除了保留了完整的建築外觀之外，一百多座風格不同的巴洛克式老街屋也形成三峽老街建築的獨有特色，此外，透過地方人士的熱心投入以及政府的積極推動，讓老街開始有了許多地方產業聚集，例如：染布、傳統手工藝、金牛角…等，也形成三峽當地特有的文化特色。

3.2 研究設計

針對研究主題與目的，本研究計畫透過文獻收集、消費者行為調查、實地造訪，以及深度訪談等方法來蒐集資料。在文獻收集方面，本小組利用網路查詢關鍵字—文化資產、商圈、再造策略，來尋找相關類似的論文。並利用此文獻收集資料來做為本組的參考以及相關理論基礎。本組將利用實地造訪與深度談的方式，與三峽老街商圈發展的大力推手—林文郁先生面對面的接觸，了解更多政府對三峽老街商圈所做的更新再造策略。

3.3 資料收集方法

3.3.1 文獻收集

本小組以關鍵字收集相關論文以及網路資料，並加以彙集整理，訂立出本組的主題。在資料內容方面，本組尋找了文化資產、商圈、再造策略的定義、分類與特性的相關文獻，再針對臺灣商圈發展過程做更深一步的資料收集。除此之外，本組也收集了形象商圈的相關文獻，並整理出形象商圈的基本架構並了解其相關定義及應用。

第四章 目前進度與專題研究進度

本組研究的完成進度為確立研究動機與目的、相關文獻的收集、對消費者行為的調查、研究方法與設計、深度訪談三峽老街。目前所正在進行的部份為，資料的彙整與分析。日後將接續完成，資料的彙整與分析、消費者行為調查、實地造訪及深度訪談三峽老街，並為此份研究給予結論與建議。以下為本組所規劃的預計完成專題時程表：

表 4-1 專題時程表

| 時間 內容 | 100 6-7 | 8-9 | 10-11 | 101 12-1 | 2-3 | 4-5 | 6-7 | 8-9 | 10-11 | 102 12-1 |
|-----------|------------|-----|-------|-------------|-----|-----|-----|-----|-------|-------------|
| 訂定主題 | | | | | | | | | | |
| 確立研究動機與目的 | | | | | | | | | | |
| 資料收集 | | | | | | | | | | |
| 文獻探討 | | | | | | | | | | |
| 消費者行為調查 | | | | | | | | | | |
| 深度訪談 | | | | | | | | | | |
| 期中發表 | | | | | | | | | | |
| 資料分析彙整 | | | | | | | | | | |
| 結論 | | | | | | | | | | |
| 統整報告內容 | | | | | | | | | | |
| 期末發表 | | | | | | | | | | |

參考文獻

1. 古物保存法 <http://taiwanpedia.culture.tw/web/content?ID=802>
2. 行政院農委會林務局-自然保育網 <http://conservation.forest.gov.tw/ct.asp?xItem=3012&CtNode=758&mp=10>
3. 行政院文化建設委員會-文化資產總管理處籌備處 <http://www.hach.gov.tw/>
4. 三峽老街官方網站 <http://www.sanchiaoyung.com.tw/>
5. 四方通行 <http://guide.easytravel.com.tw/scenic.aspx?CityID=3&AreaID=36&PlaceID=1444>
6. 經濟部商業司網站 <http://www.moea.gov.tw/>
7. 李倩如 (2003)《中央與地方文化政策形塑下的產業空間變遷：鶯歌陶瓷老街個案》，媒體空間設計研究所碩士論文。
8. 王嘉勤、江表揚、黃育婷 (2007)《不同業態區位選擇之探討-以高雄市綜合商品零售業為例》，國立高雄海洋科技大學運籌管理系畢業專題。
9. 洪國爵 (2003)《商圈更新再造對商圈業者經營策略與經營績效之影響》，南華大學管理研究所碩士論文。
10. 林居宏 (2005)《以行銷策略觀點探討新港奉天宮商圈之發展》，南華大學管理研究所碩士論文。
11. 蔡淑貞 (2003)《新崛江商店街消費行為與管理策略之探討》，國立中山大學公共事務管理研究所碩士在職專班碩士論文。