

國立臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文

Graduate Institution of Building and Planning

College of Engineering

National Taiwan University

臺南市「中正商圈」在哪裡？ —

一個有關範圍與認知的初探

Where is Chung-Cheng Commercial Area?

A preliminary study of boundary and cognition.

蔡宜初

Ezen Tsai

指導教授：劉可強 博士

Advisor: John K. C Liu, Ph. D

中華民國一〇一年八月

August, 2012



致謝

寫論文的過程中，似乎反應著我現階段的人生，對於好奇的事很多，不知道的事情更多，好不容易停下腳步耐著性子努力想了解，但就只是皮毛，無法深入。這似乎就是現在的我，甚麼都學，甚麼都想學，但就是學的不精。

Rick Warren (2003)在《標竿人生》一書中說：「我鼓勵你去作一些從未作過的事。……決不要停止嘗試。」因為不嘗試，我們永遠不知道自己擅長什麼。經過研究所這幾年，我嘗試過，我努力過，就在寫論文的這段期間，好像在跟自己搏鬥一樣。就是因為我努力了，於是我更知道自己的「界限」在哪裡。

感謝神，讓我堅忍地奔跑我面前的路程，讓我持守盡力作我應該做的事，不會膽怯，始終朝著祢給我的盼望，努力向前。謝謝祢，謝謝你，謝謝妳們。

最後我想說的是，進入研究所，最大的資產，不是我學到了甚麼，而是我擁有了你們。這。群。朋。友。

中文摘要

從自身府城經驗開始，加上訪談居民及消費者，透過他們的角度，去探討如何給予沒落的「中正商圈」一個新的機會。結合不同角色/族群的人，對於所謂「中正商圈」的感受，或是在「中正商圈」中生活經驗的陳述，藉由訪談者及被訪談者，因著彼此的對話，了解受訪者在這裡做些什麼，或在想什麼，以及為何要如此進行等等，讓我／研究者得以獲得、了解及解釋受訪者個人對於「中正商圈」的認識，進而去給予這地區一個新的思維。

本文透過訪談，發現對於商圈的範圍有三種初步的認知，藉由 1)歷史的空間認知、2)商業活動／行為的空間認知及 3)感覺的空間認知的角度切入，探討「中正商圈」到底在哪裡？

研究發現，商圈的地理範圍與人們認知的過程有著相應的關係，這當中的認知包含了歷史的認知，消費行為的認知以及感官的認知，總括這些認知，共同交織出「範圍」這件事。於是，針對中正商圈的「範圍」觀察，應從「空間認知」的演變開始，才能爬出其「範圍」消長漂移的原因與動能，進而打破對於「商圈」大尺度的迷思，以一個「去商圈化」的角度作設計。

關鍵字：商圈、範圍、認知、變遷、有機體

Abstract

To provide a new opportunity to the declining Chung-Cheng Commercial Area, I interviewed some local residents and consumers, and combined their opinions and thoughts with my own living experiences in traditional Tainan city. By collecting feedbacks or statements from different people and races, I came to understand what does the interviewee want to do, what to think, and how they live. The process help me, as a researcher, gain, understand and explain the acquaintance of Chung-Cheng Commercial Area from interviewees to define a new thinking perspective for the area.

The thesis found out three initial cognitions for the boundary of a commercial area by interviewing, including (1) Space cognition of history (2) Space cognition of commercial activities/behavior (3) Space cognition of perception. I used these to analysis Chung-Cheng Commercial Area mentioned above.

The study found that the geographical boundary has relations to the process of people's cognition. This cognition includes history, consumer behavior and sensation, and we can consolidate them to define a boundary. Therefore, the observation of Chung-Cheng Commercial Area should start from space cognition so that we can transcend the original concepts and limits. Furthermore, we can break the myth of Commercial Area, design in a “de-Commercial Area” way, and eventually understand it in a new perspective.

Key words: Commercial Area, Boundary, Cognition, Change, Organic Body

目 錄

第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究初探與目的	3
第三節 初步文獻回顧	7
第四節 研究範圍與發問	14
第五節 研究方法	24
第六節 研究流程	27
第七節 研究架構	28
第二章 歷史上的中正商圈	29
第一節 五條港時期	29
第二節 新運河時期	33
第三節 市區改正時期	37
第四節 小結	39
第三章 消費的活動與範圍	41
第一節 日常生活的需要	41
第二節 特殊需求	51
第三節 娛樂	52
第四節 生活概念、氣氛	66
第五節 小結	76
第四章 認知與範圍	78
第一節 以歷史事件為主體的認知	78
第二節 以商業活動型態為主體的認知	81
第三節 「中正商圈」的什麼感覺	84

第四節	小結·····	88
第五章	結論	89
第一節	「商圈」是多元概念·····	89
第二節	「範圍」這件事·····	91
第三節	回到「人」的尺度 ·····	92
第四節	去商圈化 ·····	93
第五節	後續研究 ·····	94
參考文獻	·····	96



圖目錄

圖 1-1 商圈範圍	7
圖 1-2 零售業生命期	9
圖 1-3 中正商圈範圍示意位置圖	14
圖 1-4 1979 年變更及擴大台南市主要計畫案，核定圖	16
圖 1-5 1996 年變更臺南市主要計畫（第三次通盤檢討）案，核圖	17
圖 1-6 2003 年變更臺南市主要計畫（第四次通盤檢討）案，核圖	17
圖 1-7 臺南都市計畫核定圖	18
圖 1-8 研究流程圖	27
圖 2-1 五條港河道遺址示意圖與水仙宮位圖	31
圖 2-2 船塢與運河位置圖	33
圖 2-3 新運河與舊運河相對位圖	33
圖 2-4 新運河與舊運河相對位圖	36
圖 2-5 歷史空間移轉圖	39
圖 3-1 五條港與水仙宮位置圖	42
圖 3-2 西市場與永樂市場位圖	44
圖 3-3 1908 年之臺南西場	45
圖 3-4 1911 年 8 月因颱風倒塌的台南市場	45
圖 3-5 1912 年治 1917 年間的西市場	46
圖 3-6 大正初期之具有景觀規劃的西市場	46
圖 3-7 1924 年臺南市鐵路路線圖	47
圖 3-8 1931 年西門町之街景	47
圖 3-9 日治時期西市場北翼內部	48
圖 3-10 西市場內部走道現況	48
圖 3-11 市場與末廣町賣店相關重要事件	51

圖 3-12 日據到光復台南戲院位置圖	56
圖 3-13 1964 年合作大樓	58
圖 3-14 2012 年合作大樓	58
圖 3-15 昔日宮古座	60
圖 3-16 延平商業大樓現況	60
圖 3-17 臺南客運位置圖	61
圖 3-18 運河盲段中正路街景	63
圖 3-19 中正路各商業大樓狀態	65
圖 3-20 馬路拓寬後，正興街一分為二	66
圖 3-21 蜷尾家老房子的坐向	66
圖 3-22 正興街上的商業組成	67
圖 3-23 消費活動變遷	76
圖 4-1 十全行老闆的認知範圍	79
圖 4-2 施小東的認知範圍	80
圖 4-3 以看電影為主體的認知範圍	82
圖 4-4 邱太太的逛街認知範圍	83
圖 4-5 流行的認知範圍	85
圖 4-6 俞小羽以熱鬧為主體的認知範圍	86
圖 4-7 陳先生以熱鬧為主體的認知範圍	86
圖 5-1 歷史主體認知 疊圖	89
圖 5-2 商業活動主體認知 疊圖	89
圖 5-3 感覺的認知 疊圖	90
圖 5-4 中正路週邊商業營業現況	95

表目錄

表 1-1 中正路相關指導計劃及建設計劃名稱	19
表 1-2 「台南市塑造中正形象商圈計畫」計畫內容	20
表 1-3 「中正商圈」研究的研究範圍	22
表 3-1 臺南市各戲院成立時間及位置	54
表 3-2 延平商業空間演變	60
表 3-3 王冠百貨商業空間演變	62



第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

從自身府城記憶開始

離開臺南那年我 19 歲，總記得生活不過就是學校與家裏之間的重複往返，總認為現在的自己是獨自北上求學多年裡才開始成長的。總以為之後再也不會眷戀那我出生及長大的地方。

也許，是一種隱藏在深處的思緒，改變了我與這城市的關係。

找尋記憶裡頭的檔案夾。奔跑於家和永福國小之間是我一天的開始。麥當勞和肯德基那時候就已經以嶄新亮麗的神采坐落在中正路與西門路的交叉口；開學前，走一趟「生生皮鞋」添購鞋子；過年前帶著阿嬤的吩咐排隊買「黑橋香腸」；若要採買新衣裳，對街的「年輕貴族」跟「三商百貨」是我心目中時髦的百貨店。「巧立百貨」是我放學回家逗留的玩樂場所。就算在很多年以後的現在，變動了這麼多的事物，縱使有許多店家歇業了，但有些事物像是從那個時候起就像是記憶的幽靈一般離不開你熟悉的地方。

放學後奔跑回家的路上，在斑馬線上走過，無法忽視中正路末端那飄渺的中國城。那時候對我來說，臺南就像是個以中國城為中心放射出去的小世界，我所有的兒童時光都環繞著這附近的所有建物，所有日常生活大小事，都在中國城放射出去的中正路上完成，而中國城就像是臺南的一切原點。

阿嬤府城記憶

然，在阿嬤的府城記憶，從小就常聽她在講，和我的卻很不一樣。阿嬤就住在西門路一棟老宅，鄰近友愛街口。「運河邊」「串三珠」「沙卡里巴」「小西腳」「國華街」「五棧樓仔」，阿嬤每天掛在嘴上嚷嚷的，正是拼湊著在她記憶中當時的繁華。有些場域在我出生前就已經走進歷史，有些則跨越了世代。在各自憑弔的中正路記憶中，有的已經風華褪盡；有的恰好成為跨世代的交集。

也許，那時候的臺南相對於現在，才是一個真正充滿神秘感的古都。

正在發生的記憶

從我上小二的時候開始，每天走路去上學的路上，某天的某一段開始架起了圍籬。從這時期開始，中正路上的發展開始產生了變化。首當其衝的，因為受到政府都市計畫政策影響的，是國華街的拓寬與海安路地下街工程的開發。海安路工程的開發，使海安路的商家將近 10 年的時間無法營業，而紛紛遷離。接著隨之而來，因著台灣都市地區邁入都市更新階段，中國城地區已由政府劃設為都市更新地區，企圖要將整座中國城拆除，希望中正路能延續至運河水岸。頓時之間，中國城這個有如城市中的原點在短時間內又要再一次經歷改變。

從我自身小時候的記憶，再看著現在中正路上的樣貌，前後二十幾年的時間，竟有了如此巨大的變化，除了不明白中正商圈消長的原因，也想知道，除了我自己對中正路上的記憶認知之外，也好奇那其他人的呢。為了滿足上述的好奇，並且進一步了解事情的樣貌，我／研究者進入田野，做了初探訪談。

第二節 研究初探與目的

一、研究初探

爲了想要知道除了我以外的人，對於所謂「中正商圈」的感受，或是在「中正商圈」中生活經驗的陳述，因著這樣的目的而進入訪談。希望可以藉由訪談者及被訪談者，因著彼此的對話，透過此方式，了解受訪者在這裡做些什麼，或在想什麼，以及爲何要如此進行等等，讓我／研究者得以獲得、了解及解釋受訪者個人對於「中正商圈」的認識。

以半結構式及非結構式的型式進行訪談，在初步分析訪談稿發現，大多數的訪談者：

第一：許多受訪者的想法都認爲現在已經沒有一個區塊可以拿來稱作「中正商圈」，認爲「中正商圈」已經不存在了。他們多半都是以過去的經驗、過去的記憶，像是「我以前」、「我那個時候」去陳述在「中正商圈」的經驗及感受。從這個初步分析可以知道，他們大多都認爲現在的「中正商圈」已經沒落，甚至是沒有「中正商圈」。縱然，「中正商圈」的發展因爲運河的開通、日人的規劃，而成爲日據時期主要的商業中心，販賣當時最高級與最時髦的商品，且引進了新興行業，在這裡集結了所有的消費娛樂，被塑造成主要的商業地區，其意象與特色也一直延續至今。現今在中華民國交通部觀光局裡頭的台灣好行連結網絡裡，爲了推廣臺南市觀光，並響應節能減碳，在台灣好行 88 安平線路線圖上，仍然可以看到以「中正商圈」命名的停靠站，但是在時空背景的轉變下，「中正商圈」雖在官網上仍舊被稱爲中心商業區或商業中心，事實上卻名不符實。

第二：很多受訪者在不同的敘述中提到「我認爲」、「我覺得」這些語詞。訪談稿對話中，「認知」是一個不斷重複出現的範疇。深入推敲之後發現，這些「認知」背後有著不同的概念，展現的是不同的時代背景、逛街經驗、身分認同等的認知差異。受訪者經由直接或間接的經驗，建立對「中正商圈」的建構。

所以回到最一開始的訪談動機，目的是要認識「中正商圈」的來龍去脈，卻發現受訪者對於「中正商圈」有不同的認知範圍。顯然，整體臺南的都市意象、城市想像和都市意義，並非靜止不變。爲了要理解當前臺南都市意象的塑造，必須先探問在甚麼樣子的都市意義定位下，促成了特定的都市發展戰略。都市意義不僅是結構性的操作目標，還涉及對該目標的的想像和再現，而這些想像和再現不單純展現於都市形式，還形成了更廣泛的「想像環境」（王志弘，2005：141）。然而整個城市的歷史層層疊覆，再加上新生的都市計畫和空間再現，並無法徹底抹除舊有的市民空間實踐及都市發展痕跡。這提醒我們用古典的空間分析（spatial analysis）與空間觀點似乎不足以解釋當代都市地理學中空間性的複雜內涵。

從這些看似一致性的景觀裡依然可以找到矛盾與衝突的地點，無形中在空間美學裡形成一道特殊的光景，甚至承載了歷史的記憶甚或是成爲地方性的特色代表。



二、研究動機與目的

過去關於台南中正商圈的研究，多數著眼於因著商圈沒落，而從各樣面向去思考如何全面性提昇經濟、增加投資、健全都市機盤設施、創造就業機會、復甦地區產業等等。許多研究，有些是著眼單種商業型態、或是單一商圈，以及從整體商圈的角度出發，再加上消費者觀點，探討新舊商圈關係。例如卓心蘋（2001）在臺南市舊市區復甦組織機制之研究中，探討英、美、日三國推動市中心復甦的經驗，以及國內以往的舊市區再開發案，像是台北西門、萬華舊市區，來探討市中心商業區的運作模式，希望可以復甦中正商圈。另外，林雅菁（2002）比較中正商圈與新光三越商圈，去分析商圈興衰的原因。他們的研究動機，都是希望可以給予中正商圈一個像之前繁榮的光景。

本研究不是以商圈再生作為研究前提，而是說在歷史脈絡變遷的狀態，並且以當地居民及消費者他們與中正商圈的真實互動關係為主，思考有沒有值得讓這個地方市往某個方向發展及未來性。是否一定要朝向商業復甦的方向去思考，能不能有另一種都市計劃的可能，像是從商業區轉為居住品質優良的住宅區，給予這地區其他可能性；亦或是，打破整體商圈復甦的思維，一樣有另一種新的機會產生。

經過訪談之後，我發現對於商圈的範圍有三種初步的認知：

1. 歷史的空間認知：從歷史的知識來界定「中正商圈」的範圍。這裡的歷史指的是對過去事件被書寫下來的記錄和研究。歷史是公認的，是具有共同認知的判斷或是概念，偏向客觀，是大部份人的共識。
2. 商業活動／行爲的空間認知：用人與空間的消費關係角度切入，了解商圈的演變。
3. 感覺的空間認知：受訪者透過敘述、自身的故事或是自身經驗，去回憶、去感受對於「中正商圈」的重構。記憶、感知是個體的，偏向主觀。

我要知道居民如何認知這個範圍，是因為我想透過居民及消費者的角度，去了解對於這個地區的想法，藉由他們對於這個地方的認識及自身經驗，讓我/研究者知道如何提供這個地區的沒落一個新的機會，或是一個新的方向。透過居民及消費者他們自己本身是如何的“在想這件事”，加入他們的想法和經驗，以啓示我如何給與這個地區一個新的思維。

因此，在這個研究當中，是要去思考「中正商圈」到底“在哪裡”？

本研究以「中正商圈」作為分析的文本，乃因，這條看似現代化筆直的街道，其背後正好反映出整個臺南都市空間歷史演變的過程。承載了自日治殖民暴力與當代受到西方都市規劃影響的空間治理與居民集體記憶。

以一個這樣具有發展歷程的空間來看，若僅僅就表象意義來看，這樣的空間地景似乎就是回應一種都市現代性的進步觀點。但直觀地作出這樣的表象空間詮釋，許多重要且隱沒其中的社會內涵就被忽略了，因此，挖掘出隱藏在空間背後的社會意涵並加以詮釋即為本研究的主要研究目的。

第三節 初步文獻回顧

一、商圈相關理論

1. 商圈之定義

商圈（Trading Area）一詞在商圈研究中，各個專家學者依其研究內容和範圍的不同，而有許多定義。Huff David L.（1964 年）提到商圈是一個地理區域，此區域內包含著潛在的客戶，這些顧客對區域特定的商店或聚集商店群，購買某類產品或服務的機率大於零。而 Lewison and Delozier（1989）也說明商圈是一個區域，在此區域內該商店或商店群吸引它的顧客，並得以營業。

Markin（1977）在「零售管理（Retailing Management）」一書中，提及美國行銷學會定義委員會將商圈定義為：商圈是一個區域，該區域之大小由其邊界所決定。於此區域內，一個行銷單位在符合經濟效益前提下，可以銷售貨品、運送商品及提供勞務的區域。而Applebaum（1966）將商圈劃分為三個區域，即主要商圈（Primary Trading Area）、次要商圈（Secondary Trading Area）及邊際商圈（Fringe or Tertiary Trading Area）。



圖 1-1 商圈範圍

資料來源：周泰華、杜富燕，零售管理，1997，P.121

主要商圈係指一家商店大約七成的顧客所來自的地理區域。在這區域內，由於這家商店具備易接近性的競爭優勢，足以吸引顧客前往惠顧，形成非常高的顧客密集度，而且通常不會與競爭者的主要商圈重疊。次要商圈則是指主要商圈再向外延伸的區域，包含大約二成的顧客。次一家商店對其次要商圈的顧客仍具有相當的吸引力，但是往往要與其他競爭者爭取相同的顧客。顧客也視這家為次要的商店選擇，顧客寧可選擇距離較近而其他條件相同的商店。邊緣商圈則是商店剩餘一成顧客來源的所在，顧客或許是碰巧在商店附近，而臨時起意惠顧這家商店，也很可能是對這家商店的中程度非常高，才肯花較多的交通時間惠顧較遠的商店。對其邊緣商圈的顧客而言，商店較無競爭優勢。

另外羅平（1997）則明確將商圈概念區分為商業圈（Business Area）與商勢圈（Trading Area），前者係指一般業種聚集而吸引人潮的流入產生消費市場，而造成之商圈；後者係指特定商店之主要顧客群所來自之區域，稱之。

經由以上文獻的歸納可知，大多數之學者均認為「商圈」是一個吸引顧客或服務顧客的地理區域或周界範圍，或由單一店面為出發點所作之界定，或由整體商業發展的觀點（亦即以整個地理區位），來界定特定之區域，是一個有次序的空間結構。

2. 商圈之形成

商圈的形成過程與零售業的生命週期類似，所以在這裡用分析零售業生命週期理論來說明商圈如何形成。

(1) 零售業生命週期 (The Retail Life Cycle)

零售生命週期為探討零售業者由開始到成熟期間所歷經的階段，可由生命週期看各種零售行業未來的商機和趨勢。此一週期係指一種零售店的型態，從萌芽到成長期，再到成熟期然後進入衰退期，同樣地商圈之生命週期亦可分為此四階段，如下圖所示，各階段特性說明如下表。

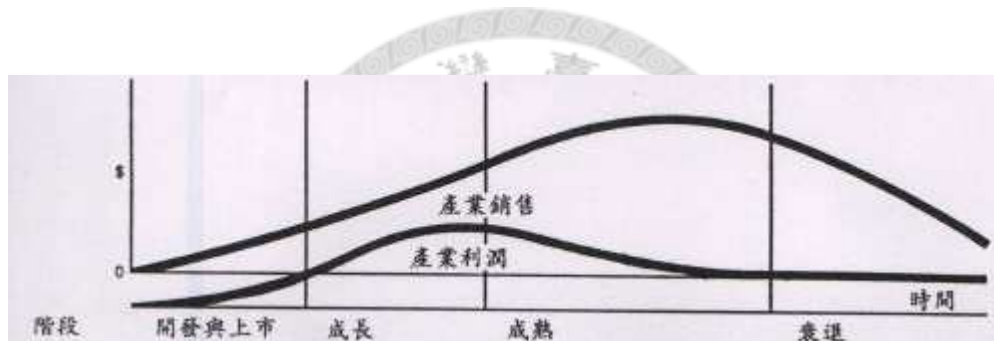


圖 1-2：零售業生命週期
資料來源：Mason . Mayer . Wilkinson，零售學

如同零售生命週期，商圈的生命週期可分為四個階段，包含開始、成長、成熟及衰退四個階段。根據商圈的生命週期，可以觀察在生命週期的過程中，每個階段形成的主要因素及現象為何，藉以預測或尋求導致商圈衰退的原因。分別說明如下：

a. 開始 (inception)

商圈的初期發展可分為兩部分，包括自然形成的商圈及特定規劃的商圈。此一階段商圈的範圍會因當地居民之消費需求增加而吸引更多的投資者投入開發或引入其他的業種，造成商圈的範圍逐擴張，此即為自然形成的商圈之初期發展階段。而經過特定規劃的商圈，其初期發展背景即由投資者以土地開發角度針對未開發地區或沒落地區引入觀光產業，因而造成當地區商圈之發展。此一階段商圈外來投資者開始逐漸加入投資行列，而當地居民業開始考慮投入商店規劃行列。

b. 成長 (growth)

由於投資者及當地居民逐漸加入投資行列，造成商圈範圍急速膨脹，消費者來客數亦逐漸增加，各業態業種的引入與商圈發展，便產生正面互動的影響。此時當地居民的生活方式便逐漸產生變化，包括本身投入商業行列或遷離當地，而將建築物承租給外來投資者，整個都市機能的發展亦產生比例上的變化。而隨著商圈持續發展，地價也隨之高漲。配合投資者與透過組織運作方式從事建設與提供服務，因應消費者之需求，進而帶動當地商圈經濟狀況逐漸邁入高峰。

c. 成熟 (maturity)

經過成長期的快速膨脹後，投資者所引入的業種便逐漸減緩成長，此時便正式進入成熟期，而其消費群的成長亦呈現穩定平緩趨勢。此時商圈所構成的份子大多為外來經營者，而當地居民則成為土地所有權者而非經營者，於是便產生遷移效應，即當地居民逐漸遷移他地，而將原有土地承租給外來經營者，以收取高利潤的租金。此時商圈便成為由外來經營者主導權及決策權，但受限於土地所有權者的實際控制。

d. 衰退 (decline)

由於消費者之消費型態會隨著時間的變遷而有所改變，且外來投資者過度膨脹而造成商圈的供過於求，於是便開始產生惡性競爭；加上商圈不斷發展，土地價格也隨之高漲，又由於經營者與土地所有權人不同，彼此立場不同，使得租金也隨之高漲，造成經營成本過高，此時經營者因無法負荷狀況下，只有遷移其他剛發展的商圈，或者降低經營品質，導致投資者所引入的業種無法滿足消費型態的需求，投資者逐漸撤離原有投資環境，商圈原有的定位產生模糊現象，喪失了商圈的獨特性；而當商圈獨特性消失及過度發展之結果，造成業種重疊性過高及環境的混亂，再加上其他新興商圈的成長競爭下，造成商圈的惡性循環，消費群逐漸流失，因而步入衰退期。

3.形象商圈之意義

「商圈」之定義如上所述，我們若將其範圍由商品、商店的形象擴展到都市空間的商店街及商圈，則符合了經濟部商業司所輔導規劃的「形象商圈」所欲塑造的意念，而形成了消費空間的符號化。

因此「形象商圈」乃是根據商圈屬性的整體知覺，針對當地商圈特有的人文、特產或特色及過去商業行為的背景，配合現代化的經營方式及消費者的需求，定位特有的形象。而其最終目的就是藉由建立民眾所認同的形象商圈吸引消費者長時間的駐留，進而產生購買的慾望。而影響商圈形象的因素，除了個別商店之形象外，還包括對商圈整體的知覺，如整體商圈的環境、景觀、公設、活動、行銷、管理等等。

另外陳嘉民(1999)提及形象商圈的內涵(essential character)，認為其應具備下列四種特性：1.形象商圈是土地集約使用的商圈；2. 形象商圈是有秩序的商圈；3. 形象商圈是結合消費、文化及休憩等多樣化的商圈；4. 形象商圈是結合地方資源的商圈。

在這裡我要對本研究的商圈作個定義：

透過對於商圈的文獻回顧，再根據經濟部商業司的定義：「商圈是指以某商業設施為主，顧客容易到達的範圍」。此觀念的意思是說，「一家零售店的顧客所來自的地理區域」，而本研究欲探討對於「商圈」的認知範圍，這會與每位受訪者的認知有關，而其中受訪者在中正商圈的行為模式，具有多重行為特性，爲了要滿足此特性，因此本研究對商圈採取的定義爲：「商圈爲一個具有顯著的商業與服務設施及功能，能具有經濟產值活動的，足夠吸引消費者前往此地理範圍裡的商店群。」

二、記憶相關理論

「記憶」早在遠古時期就已經占有一席之地。在希臘時代，「記憶」往往和空間秩序形成一種知識上的連續體，因此，葉次（Francis Yates）在其重要著作 *The Art of Memory* 中，就從希臘以降開始談起「記憶」這門記憶的流變。早期「記憶」指的是從空間知識與過往事件中所累積起來的知識，到了中古時期，「記憶」成爲一種宇宙與空間的對應秩序，後來印刷文化（print culture）的出現，使人們的「記憶」成爲書本版面間，固定頁面配置下的物質性空間，人的「記憶」也開始爲文字所取代。隨著「記憶」在歷史長河中的意義變遷，早期和感官相聯結的「記憶」，從空間感知到世界秩序，從音樂的韻律到身體的節奏，乃至於感官的嗅覺與觸覺所引發的「記憶」氛圍，都慢慢爲印刷文字和視覺（perception）文化所取帶。視覺官能讓我們將「記憶」視覺官能讓我們將固定在書頁有形的印刷字體間，身體的官能也慢慢被視覺與攝像式的「記憶」所取代，早期和空間框架、時間移轉以及身體秩序有關的「記憶」，更是日漸萎縮當中。直到精神分析理論的興起，人們才發現「記憶」與創傷和過去所壓抑的無意識癥結息息相關，神話與原型研究的理論，也同時被帶進「記憶」研究的領域之中。

在都市文化研究和人文地理學的範疇中，「記憶」的探究則經常伴隨著都市景觀的迅速變化。人們的「記憶」在公共空間的快速取代中不得被迫失憶，無法透過固定的地標、景觀和空間想像來固著既有的記憶，這種歷史與過往記憶的失憶癥候。

「記憶」在這裡不是紀念這個地方，或說是一種「集體記憶」的重新再現與展演。在這樣都市景觀快速變化的空間裡，人們什麼時候來這個地方，在這裡做過哪些事情，都是區隔不同世代認同的原則和線索。也因此，「記憶」在這裡重新回溯各個不同族群在不同時間點上的歷史與事件。

三、經驗與記憶

卡爾維諾將不變的基本城市架構視為一種結構文本，而他所改寫的城市就是另一種文本的產生，因為城市的基礎文本本身就具有一定的特殊形式來吸引改寫者，而後來對於文本的改寫不過是改寫者用他所欲告知他者的角度去擴大述說罷了，這是因為改寫者所要著重的已經並非城市全體的關照而是他自我本身對於該城市的獨特經驗與記憶；卡爾維諾的文學大多具有改寫早期傳統文本的後現代小說特徵，無法用真實、確定方式所書寫的新文本，在描述的過程中看似無關緊要的小細節，其實都是一步步引讀者進入整個氛圍的重要關鍵。

他透過文字所呈現的城市是有色彩、影像、人、生活情節的，然而設計者們看到的城市卻往往因受到專業性侷限影響所見的卻是建構在法規、業主需求、政府公部門計畫下的死寂城市，我們正似乎一點一滴的遺忘身邊這個每天都在變動與習習相關的「大設計」，透過設計我們可以看到的東西應該是要比一般長民百姓更加的深層，這是爲了要更加精準的切入整體事件核心，然而事實卻是我們過度依賴科技的昌明與準確性反過來否定這些根植心中的感知，他卻實在的提醒了我們「空間」這個物件的尺度所依靠的其實與過往時間事件有絕對的關係，但卻不是可以在任何實質地圖上所可以指認的，就像研究者所提出的臺南城市模型其實真正想講述的並非實質的地理位置或是時間點，反而是人們心中的「時間」與「地理特色」甚至是居民所一直未曾發覺的因互動關係逐漸深層潛在的記憶。

第四節 研究範圍與發問

一、了解現在的中正商圈

從臺南巿中西區公所的官方網站上，所擷取對於中正商圈的劃定範圍為：海安路地下街、舊沙卡里巴商場、西門商場、中正路商場及中國城（圖 1-3）。臺南巿中正形象商圈位於臺南巿中心的商業地帶，是臺南巿第一條經過整體規劃之商業街，其繁華熱鬧的景象使本區有「銀座」之稱。在經濟部商業司的積極輔導下，凝聚商店向心力，利用現代化經營行銷方式，將商圈管理體質提昇，且保持舊有文化特色，並藉由景觀規劃、人行步道設施及其他相關不定期的觀光活動，使得購物及休閒得以兼備，在現代消費購物型態逐漸轉變的同時，為中正路形象商圈再造消費新契機。

臺南巿中正商圈，位於臺南巿中西區西半部（即過去的西區）內，為臺南巿歷史早期著名之商業區域，以生活精品、戲院、衣物與美食小吃等聞名，區域內商家應有盡有，於海安路地下街工程動工前此區域為臺南巿區內人潮所在地，昔日亦有「不夜城」之稱。



圖 1-3 中正商圈範圍示意位置圖
資料來源：研究者繪製，2012

二、中正商圈之沿革

臺南市為全臺最早開發的地方，是台灣著名的古都，從荷蘭、清領、日據到民國，完整豐富的歷史空間涵構更是台灣地區所少有的。在清光緒年間，中正路附近已有街道形成，其道路成有機成長模式，如現今街廓內部所見，蜿蜒狹小、雜亂無章的小路。日據時期，日人開始在臺南市進行市區改正，劃設整齊有續的道路系統。中正路（日據時期稱末廣町）則在 1927 年開闢建設，為日據時期商業鼎盛的市街，是臺南市第一條經過整體規劃的商業街，有「銀座通」之稱。光復以後，臺南的商業活動仍以中正路及西門路沿街最為熱絡，所販賣的商品也屬臺南市最高級、最新的商品。民國 65 年至 70 年之間，可說是中正商圈的黃金時期，當時地價曾攀升到每坪 300 萬（如今每坪僅約 100 萬上下）之譜。

中正商圈的發展可以用三個時期來區分：日據後期、光復初期、1980 年代至今。從日據時期的末廣町來說，因為陸運與水運雙重交通之便而興起，藉由新潮流的注入，對日治時期積極想創造的新時代下之新環境而言，儼然成為一得天獨厚的新活力，潛力接替了清末就商業中心，日後更進而取代了本町成為當時的臺南市。只是好景不常，自光復之後，市中心逐漸衰退，末廣町之銀座通也逐漸成為歷史名詞。隨著遠東百貨、新光三越之陸續開幕，逐漸瓜分了中正商圈的消費人口。加上動工十年完工卻遙遙無期的海安路地下工程所造成的交通與髒亂問題，導致中正商圈之衰退持續擴大中。

到了民國八十一年開始，政府有鑑於國內之整體經濟環境之急遽變化，以及無可避免國際化、自由化之衝擊，為了改善國內處於沒落的商業環境，以因應經濟發展、所得提高及消費需求改變，而必需從事之商業經營型態變革，而開始推動一系列商業現代化及改善商業環境的計畫。八十四年度起則擬訂「改善商業環境三年計畫」，開始推動商業街、形象商圈區域輔導等計畫；八十八年度繼之推動「改善商業環境五年計畫」，以期望能夠全面提昇國內的商業環境。

三、中正商圈之都市計劃圖

中西區早期都市計畫的雛形可溯源自日治中期日人所訂之「臺南市都市計畫」，其後歷經民國 66 年、72 年、85 年及 92 年四次通盤檢討而有現今中西區都市計畫之樣貌。鑒於中西區是為台南市重要商業發展區塊，再者市府為落實各行政區都市計畫之執行，爰透過「都市計畫定期通盤檢討實施辦法」辦理中西區都市計畫之通盤檢討作業。



圖 1-4 1979 年變更及擴大台南市主要計畫案，核定圖
資料來源：台南市政府都市發展局，2012



圖 1-5 1996 年變更臺南市主要計劃（第三次通盤檢討）案，核定圖
資料來源：台南市政府都市發展局，2012

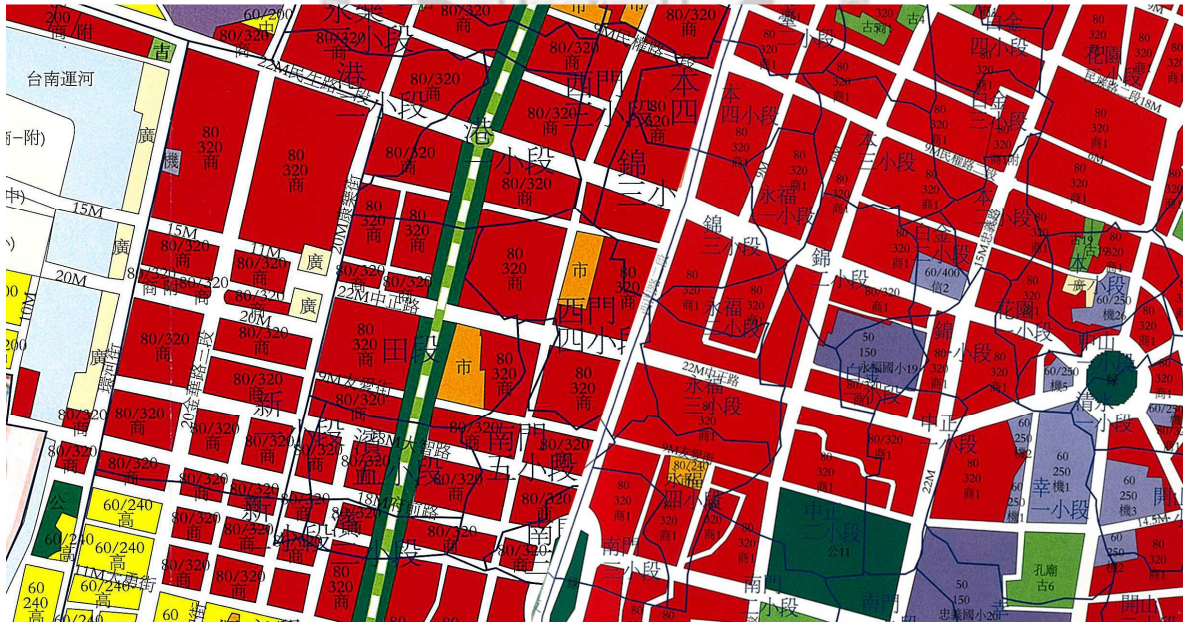


圖 1-6 2003 年變更臺南市主要計劃（第四次通盤檢討）案，核定圖
資料來源：台南市政府都市發展局，2012

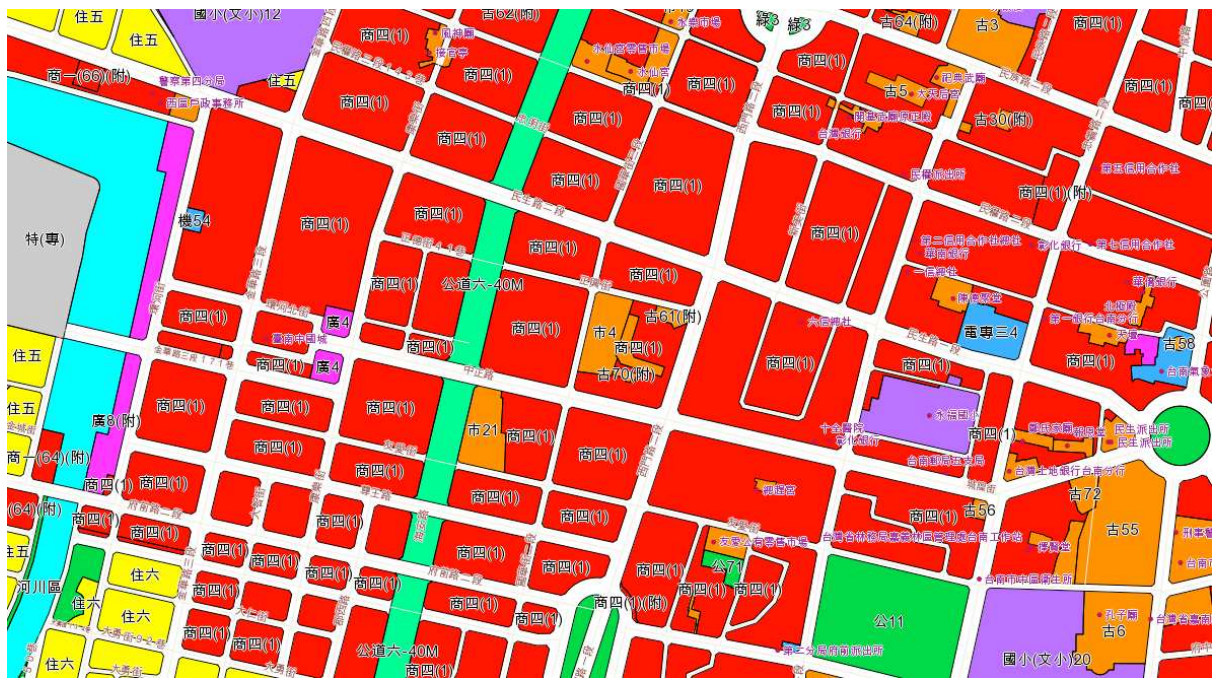


圖 1-7 臺南都市計劃核定圖
 資料來源：台南市政府都市發展局，2012

這些不同時間的都市計畫中，中正商圈從最一開始的都市設計中，就被劃定為商業區。唯有在 2004 年，變更部份商業區為市場用地之外，其餘皆和自日治中期日人所訂之「臺南市都市計畫」相差無幾。

四、「中正商圈」名稱的出現

卓心蘋（2001）在臺南市舊市區復甦組織機制探討提到，「中正商圈」位於臺南市舊市區，在都市歷史上具有重要地位，地方上的重要計畫或都市整體規劃綱要計畫都會對中正商圈的再發展給予建議。而市政府在此區域也規劃了許多實質的開發計畫，為改善中正地區景觀混亂、停車不易、零售業沒落、開放空間不足等問題，以及為保存特定藝術文化園區、改善市場街廓住商混合環境、再造都市休憩水岸空間等計畫。

可見對於台南市中心商業區的更新工作，生產出許多的上位指導計畫及建設計畫，在這麼多關於中正路及周邊地區的建設計畫當中，這些計畫可分為全市性計畫、中正路建設計畫及中正路周邊相關計畫（表 1-1）。

表 1-1 中正路相關指導計畫及建設計畫名稱

分類	全市性計畫	中正路建設計畫	中正路周邊相關計畫
計畫名稱	<ul style="list-style-type: none"> • 台南市綜合發展計畫（1992） • 變更台南市主要計畫（第三次通盤檢討）（1996） • 台南市都市設計規劃綱要之研究（1998） • 台南都會區大眾捷運系統規劃（1998） • 台南市都市更新綱要計畫研究（1999） 	<ul style="list-style-type: none"> • 台南市塑造中正形象商圈計畫（1998.7~2001.6） • 台南市海安路地下工程（1999） • 台南市中正路廣告物示範區招牌更新計畫（1999） • 台南市中正路街區復甦計畫（2000） • 台南市中正路景觀計畫（2000） 	<ul style="list-style-type: none"> • 台南市西門市場整建計畫（1995） • 台南市孔廟文化園區計畫（1998~1999） • 台南市運河整治整體規劃綱要計畫（1999）

探究中正商圈這個名稱，起源於在這相當多的指導計畫及建設計畫當中，有一項計畫是在中正路建設計畫分類裡，可以看到有一個計畫名稱「台南市塑造中正形象商圈計畫」。「中正商圈」這個名詞首次出現。

在表 1-1 所標示的計畫時間歷程來看，可以知道在這麼多計畫裡頭，這項「台南市塑造中正形象商圈計畫」計畫，是一項長達三年的輔導計畫。從 87 年 7 月開始推動三年三階段的輔導計畫。由經濟部商業司委託財團法人成大研究發展基金會為輔導單位，協助地區成立「臺南市中正商圈經營管理委員會」，舉辦各項教育訓練講座、宣導行銷活動，與市政府協調景觀規劃設計、相關市政建設工程等。這項「台南市塑造中正形象商圈計畫」計畫可以說是政府針對地區復甦或更新作法提出的重大突破。

以下詳細介紹「台南市塑造中正形象商圈計畫」計畫內容。

表 1-2 「台南市塑造中正形象商圈計畫」計畫內容

計畫名稱	台南市塑造中正形象商圈計畫 (1998.7~2001.6)
計畫範圍	中正路為中心，東起西門路二段，西至中國城前，南以友愛街為界，北至正興街
計畫目標	<ul style="list-style-type: none"> • 藉由第三部門的協助參與，透過地方政府、商圈業者、社區居民的共同參與改造商圈的形象，以提升區域整體的活力，塑造商圈總體營造。 • 讓中正路商圈能重新出發，提升當地經濟發展。 • 以「社區、商機、文化、休閒」為三年的規劃執行目標。 • 將中正商圈塑造具有休閒健康、重現商業契機、文化保存與教育功能的優質文化形象商圈。
中正商圈的定位	<ul style="list-style-type: none"> • 中正商圈為臺南市中心商業區，屬於集中性商業區。 • 服務範圍遍及整個臺南市及臨近鄉鎮。

計畫內容	<ul style="list-style-type: none"> • 三年三階段執行計畫。(1998.7~1999.6; 1999.7~2000.6; 2000.7~2001.7) • 工作項目分為三大計畫：景觀改善計畫、商圈營運計畫、組織輔導計畫。 • 第一階段一整備期，工作內容為整體規劃、組織輔導、商圈形象推廣、景觀改善四部份。 • 第二階段一強化店商參與意願、商店診斷、促銷活動、輔導街區組織運作。 • 第三階段一延續前兩階段執行項目及街區組織的交接輔導。 • 規劃重點：包括騎樓打通及整頓、花台整頓、道路指標系統、路燈美化、綠化工程、人行步道建設工程、統一店面廣告招牌、人行休閒設施、視覺景觀造景工程、商店外觀整頓美化、停車線規畫等。
------	--

在這項計畫裡面，所要關注的是計畫範圍的部份，此計畫是以中正路為中心，東起西門路二段，西至中國城前，南以友愛街為界，北至正興街。第一次出現「中正商圈」名稱的計畫裡頭，範圍是以中正路為中心，東起西門路二段，西至中國城前，南以友愛街為界，北至正興街。然而在同樣是以中正商圈為研究的有：劉怡欣（2010）的《夏季都市步行空間陰影設計與評估－以台南中正商圈為例》，林雅菁（2002）從消費者觀點探討臺南市傳統與新興商圈之競合關係－以中正與新光三越商圈的發展為例，以及台灣舊市區復甦組織機制之研究－以臺南市中正商圈為例（卓心蘋，2001）。

表 1-3 關於「中正商圈」研究的研究範圍

作者	中正商圈研究範圍
經濟部商業司 (1998-2001)	以中正路為中心，東起西門路二段，西至中國城前，南以友愛街為界，北至正興街
卓心蘋(2001)	從西門路，正興街，友愛街，康樂街所圍區域
林雅菁(2002)	中正路，金華路，西門路，海安路，康樂街，國華街，友愛街與正興街
劉怡欣(2010)	由西門路，民生路，海安路與中正路所為繞之街廓

從表 1-3 可以發現，從經濟部商業司計畫出現之後，紛紛有些研究是以「中正商圈」作為研究的主題，但是這些以「中正商圈」為研究的研究範圍都不同於「台南市塑造中正形象商圈計畫」計畫內容的範圍，因此想進一步探究其中的原因。

五、中正商圈作為一個有機體的概念

在初探訪談時，會問受訪者關於「中正商圈」的範圍，或是問他們：「什麼時候會去中正商圈」「都會去作些什麼事」「有些什麼記憶」，為的是要拼湊集聚我對中正商圈的認識。這當中，發現因為族群需求的不一樣，或是個人角色的位置不同，甚至是個人的認同，而對「中正商圈」產生不一樣的空間感。有的人會以活動為主體，有的人會以故事為主體，有的人則是會以歷史為主體，在他們的訪談當中，交叉發現到，從「中正商圈」過去發展到現在，經過時代的變遷，隱藏著相同與差異，有些靜態的存在，有些則流動著。這當中包含了人類的使用方式、感知，以及橫跨空間的轉移和互動過程。在「中正商圈」的種種行動及經驗以不一樣的方式行塑著他們的空間感與認知，同時，也因著他們的認知與空間感影響著他們與「中正商圈」的關係。

假設性的發問：

1. 「中正商圈」是一種具空間感的概念
2. 「中正商圈」是一個有機體

在這裡所提到關於中正商圈的範圍，我這裡要提出一個概念是：

中正商圈—從範圍劃定到空間認知的初步辯證。

中正商圈因其為「具空間感的概念」並且為一「有機體」，其發展過程中，隱含某些關於「範圍」及「認知」的差距，這些差距使中正商圈實體的商圈活動於每個演變的階段產生發展的議題。對中正商圈的觀察應從「空間認知」的演變開始，才能爬出其「範圍」消長漂移的原因與動能，這正是我（本研究／筆者）所關注的焦點(之一)。因此我才要做這個研究，做一個演變的過程。讓這個範圍的議題會逐漸的浮現，範圍不是前提。

第五節 研究方法

延續前述撰寫脈絡，本節將研究過程中採取的研究方法彙整，並將各類方法的研究對象加以劃分。並於下節交代研究流程，讓整體研究更為完整清楚。本研究將以二個方向進行，一是圖面套疊，二是訪談相關人士。圖面套疊主要是從圖面空間上，可以清楚看到，手訪者知間對於商圈範圍的認知有如何的變化及差異，可以從圖面分析，產生認知的原因。再運用訪談、持續參與觀察，了解人與「中正商圈」的互動，及如何互動，最後加上蒐集文獻資料予以輔助，以建立研究可行性廣度。

使用的研究方法介紹如下：

一、相關圖面套疊

因為對於中正商圈到底在哪裡的好奇，而想找出範圍是如何的在變化，在了解空間的分析方式上，最熟悉的就是透過圖像套疊來看出變化。所以在中正商圈空間範圍的，透過相關底圖，加以套疊、拼湊、比對、進而閱讀、分析，期盼透過圖面清楚看見每位受訪者對於範圍任之的變化。

另外再加上文獻資料上可閱讀出各項歷史記載、事件、政治力量及規劃，綜合這兩者的資料特色，連結起來可以在時間軸上呈現出一段結合事件與空間變化過程，試著更清楚知道受訪者所建構的認知環境，因此使他有一個這樣的認知產生。然回顧歷史，這個商圈範圍的界線，始終在變動的。

分析有圖像的空間紀錄過程與文字記載的輔助中，可用較多面向來閱讀中正商圈因隨著各個政治朝代所出現的空間演變，進而推論空間與範圍的轉換。

二、現地觀察與田野初探訪談

中正商圈的各種現象與活動紀錄的方式，除了歷史資料、文獻、研究報告外，尚還需對相關人士作訪談，像是店家及消費者。從訪談者中，可以知道他們在生活中、記憶中各個層次的轉變。作第一手訪談資料收集，除了可和文獻作相互對照之外，也可以補充原本文獻不足的部分，也可以找出中正商圈在商業模式、消費狀況、消費族群等資料上的漏洞。而在訪談的對話過程中，亦可以從肢體、表情、語氣當中，觀查到他們在中正商圈消費上細膩與感覺的描述。

爲了更清楚紀錄庶民生活顯影，使用了參與觀察及田野訪談。採取不同的時段及節日，進入實地以觀察、拍照、傾聽、閒聊的方式，紀錄人們實際的使用方式。

現地觀察分爲二部份：一是位在主幹道上，以中正路爲主軸的老舊沒落中正商圈區塊，二是正在興起的，藏在巷弄中的新店家。

訪談對象將包含：店家、攤販、消費者、住家

三、深度訪談

在訪談進行上，除了相關文獻的閱讀外，對於中正商圈的認識，除了我與阿嬤的記憶之外，對於中正商圈的所知甚少，我先進行一次「無結構式的訪談」，也就是先撇開一套標準化訪談大綱，試圖在自然的訪談情境中，盡可能的從受訪者身上找尋資訊，比如像是在他們那個年代裡頭，「中正商圈上的商家有哪些」「這棟大樓以前是在做什麼」「你都會去哪裡作些什麼事」，透過大多訪談，試圖理解那個年代的環境生態、消費空間、消費活動等等，進行初步的資料收集。

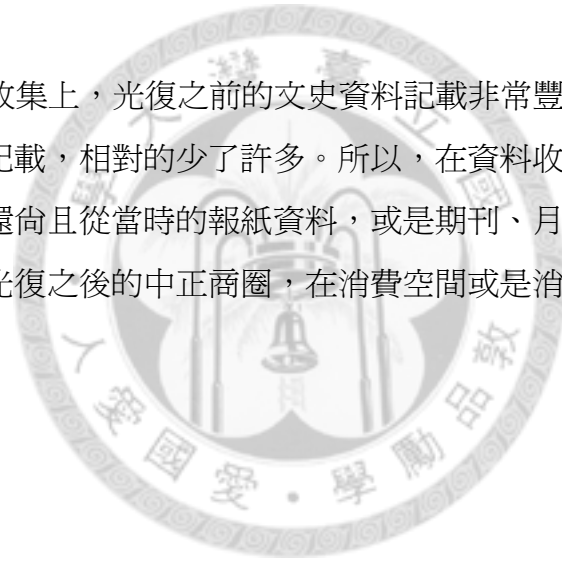
之後的訪談大綱則是修過第一次訪談稿與閱讀理論文獻來進行。即採取「半結構式的訪談」，也就是在訪談進行中有一套設計過的問題與目的，作爲訪談方

針，但是在訪談過程中，則是依據訪談情境作修正提問的順序。另外，有的時候也會使用「引導式的訪談」進行。

由受訪者個人資料可知，受訪者大致分為：店家、攤販、消費者、住家，因而可以提供豐富的資訊，作為認知研究分析之用。質性研究的取樣，非如實證量化研究採用大量的樣本，在取樣的過程上，取樣數目的多寡，視乎樣本是否到飽和程度，也就是受訪者所提供的資訊已經出現許多重複的情形，表示取樣即將飽和，也就不必繼續取太多的樣本。

四、資料收集

另外，在資料收集上，光復之前的文史資料記載非常豐富；但是，在光復之後的中正商圈資料記載，相對的少了許多。所以，在資料收集上，除了文獻記載及相關研究之外，還尚且從當時的報紙資料，或是期刊、月刊等，甚或是尋找一些老照片，去拼湊光復之後的中正商圈，在消費空間或是消費行為的一些演變過程。



第六節 研究流程

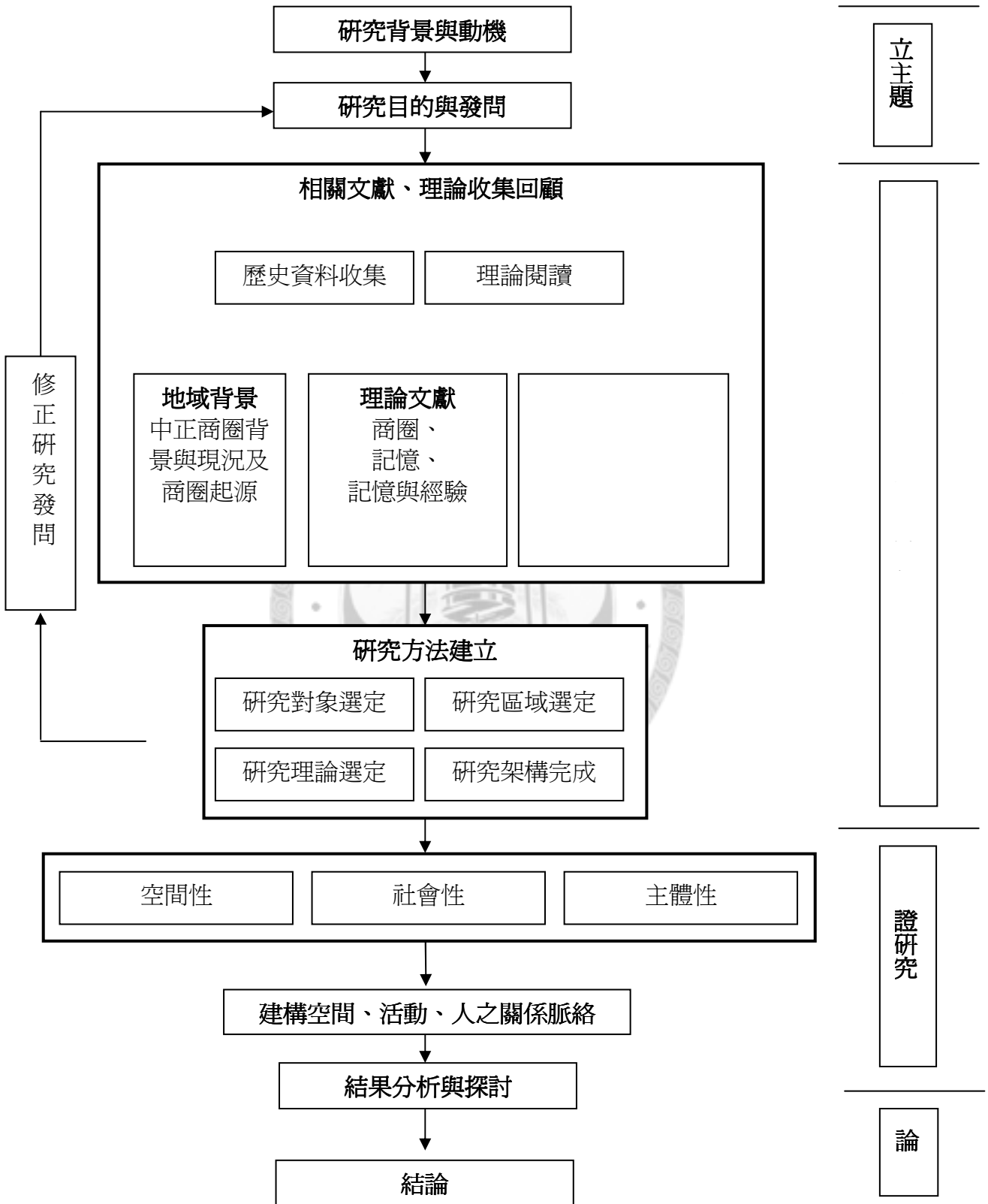


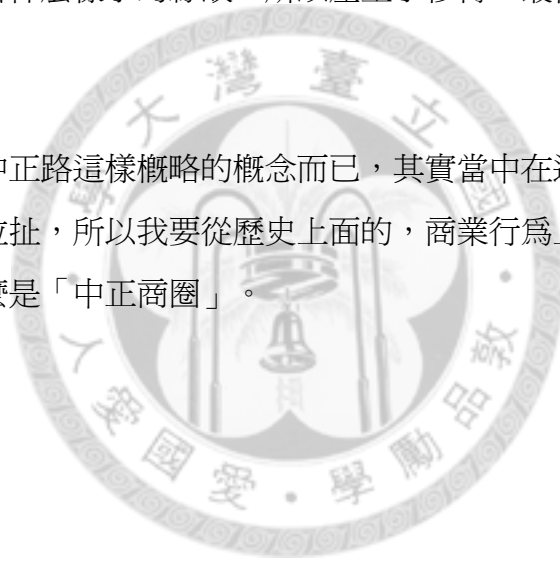
圖 1-8 研究流程圖
資料來源：筆者繪製，2012

第七節 研究架構

經過這樣子的文獻回顧及初探訪談，我初步將「中正商圈」的起始，定義在最先有經濟產值活動的空間，也就是在這個研究範圍地域裡面，有商業活動首先集中的，或是市集活動，就是最原始行為所聚集的空間。

在接下來的章節裡頭，會以歷史層面，也就是針對歷史事件，以及商業型態的演變，消費空間與人的行為等三個層面，分別去交代這些使之聚集的空間是如何產生的，可能是因為交通的便利，或是因為有空地，所以產生這樣子的一個聚集空間。之後有因著什麼樣子的緣故，所以產生了移轉，最後則固定在中正路這條路上面。

但是並不是指中正路這樣概略的概念而已，其實當中在這條路上面，還有更細緻的一些成因跟拉扯，所以我要從歷史上面的，商業行為上面的跟人的認知上面，來界定到底什麼是「中正商圈」。



第二章 歷史上的中正商圈

第一章中粗略的知道許多人對於「中正商圈」的範圍與認知不大相同。在這章節，以歷史事件去陳述，現在我們大家所認知的「中正商圈」前身是怎麼透過演變形成的？當中是經歷過哪些時期？或是因為什麼政府政策？使得中正商圈這個區域的邊界一直在變動。

第一節 五條港時期

府城五條港區原本是一望無際的台江內海，台江「汪洋浩瀚，可泊千艘」，因此荷蘭人認為此處的港灣地理條件正符合其發展轉口貿易的地點，所以臺南府城從荷據時期即因其擁有台江內海的地理位置的優勢，因而對外貿易發達。

一、五條港貿易商業興起

早期在十七世紀時，臺南的海岸線約在今西門路一帶，以西是一片沙洲。後來台江內海淤塞，府城「三郊」¹便於這片海埔新生地上疏通數條港道（即所謂運河），其中通商用的五條運河像人的五指攤在臺南的西部，稱為「五條港」，由北到南分別是「新港墘港」（約今日文賢路、信義街一帶，開鑿時間最晚，故名新港）、「佛頭港」（又稱禿頭港，約今日民族路三段一帶）、「南勢港」（今神農街一帶，亦稱北勢港）、「南河港」（今民生路、民權路一帶）及「安海港」（今民生路和中正路一帶）。簡單說，整座五條港所觸及的範圍，大約就是今日中正路以北、成功路以南、新美街以西、金華路三段以東的區域。

¹ 府城的三郊即是北郊、南郊和糖郊。「北郊」就是與廈門以北各港貿易，專司藥材絲綢、南北貨等的輸入，領袖為「蘇萬利」；「南郊」就是與廈門以南各港做生意，專門採辦煙絲、陶瓷、磚瓦等貨物，領袖為「金永順」；「糖郊」就是主要從事糖、米、豆、麻的出口與轉運，領袖為「李勝興」。而這三郊的集附地，主要就位於水仙宮附近，是在全台數以百計的「郊」中，財勢最雄厚、影響最大，是各郊商中的領袖。

港口涵蓋範圍：

- 1.新港墘港(又名碇古石港)：原舊運河港之鎮渡頭(金華路四段、和平街、民生路二段交叉口)，前述章節已經提及因台江淤積陸浮幾乎呈現荒廢，而有被咭咭港取代之勢，成為新的港叉，故名為「新港」，其沿河流發之街市稱為「新港墘街」，故名新港墘港。
- 2.佛頭港：位於南勢港之北，沿鎮渡頭向西北延伸，轉東沿民族南側，至景福祠前，再叉出「王宮港」(通達米街廣安宮)、「媽祖港」(通達大天后宮)、「關帝港」(通達開基武廟)。
- 3.南勢港：因位處古北勢街(神農街)與南勢街(今民權街)之間，故名「南勢港」，亦名「北勢港」。因港口進口處奉祀媽祖，港口盡頭為水仙宮，奉祀水仙尊王，其邊側之三益堂為三郊總部，因此，南勢港為興盛期五條港的總樞紐。
- 4.南河港：位於「出勢港」之南，古沿港叉之南岸即為南河街；故名為「南河港」，又因舊志稱為南濠港。港口自大井頭沿今民權路南側，經西羅殿左側轉西南至鎮渡頭，筭與安海港交會，再轉西北會南勢港、佛頭港、新港墘港再會德慶溪，注入古運河。
- 5.安海港：位於「南河港」之南。港口主要分成三大支流，北為「松仔腳」、「外新港」、「蕃薯港」。

當時五條港靠一種叫「手撐仔」的小型帆船運貨，起風時借助風力，無風時一人掌舵，一人上岸拉船前進，相當吃力。拉繹、搬運貨物的差事，大多由移民擔任，這些移民一則為了鞏固地盤、抵禦外侮，再則基於「人不親土親」的觀念，同姓的移民便自成一集團，各據一運河。如「新港墘港」為黃姓、「佛頭港」為蔡姓、「南勢港」為許姓、「南河港」為郭姓、「安海港」為盧姓宗族所把持。這些苦力爭得貨物載運權後，便在船上插上自己所屬集團的旗子，彼此涇渭分明。然而搶生意、爭地盤之事時有所聞，最後演變成械鬥，不同姓的鬥，同姓的也鬥，甚至聯合諸姓鬥一姓。



圖 2-1：五條港河道遺址示意圖與水仙宮位置圖

資料來源：五條港發展協會。筆者繪製，2012

二、行郊與府城的商業發展

康熙 23 年（1684）台灣入清，清廷開放廈門、鹿耳門之間的對渡，台灣南北路的物資於是集中府城，經由鹿耳門運輸至廈門，或運至呂宋、日本銷售。而大陸江浙閩粵的日常用品、民生物資也經由廈門運入府城。府城因而成爲是全台最大的商業集散中心，居全台貿易的樞紐，於是萬商雲集、店鋪林立、市街繁盛，商人獲利日豐，資本額日增，商號的經貿發展也日益擴大。各種商號多設於人口比較集中的貿易市場，其後商號之間爲求降低運費，以及維護航行安全，在雍乾之間，郊商已逐漸出現，進而組織起來形成以大商號爲中心，專事聚貨分售的貿易行會，即行郊（石萬壽，1980）。在卓克華《清戰台灣的商戰集團》更清楚定義郊商是經營台灣與大陸地區貿易貨物批發商。石萬壽更清楚在《歷史月刊》

(1999) 中指出，府城郊行的行址和倉庫多設立在大西門外的西郊五條港區。另《台灣省通志卷四經濟志商業篇》，中亦寫道：「三郊則臺南之大西門城外北郊、南郊、糖郊之總稱」，可見府城西門外五條港區為清代行郊聚集的大本營。



第二節 新運河時期

因應清領時期五條港運河不斷淤積，運輸不便。新（臺南）運河興築工程在 1922 年動工、1926 年竣工、1929 年後以浚渫船疏濬。又在運河的臺南端築臺南船塢（船溜），安平端築安平船塢，相關位置詳圖 2-2 圖 2-3。別於舊運河，臺南運河又稱新運河。《臺南州管內概況及事務概要》記載 1929 年施政狀況中敘述，因為新運河關成後，使得交通上變的非常便利，每日往來的船舶繁多。

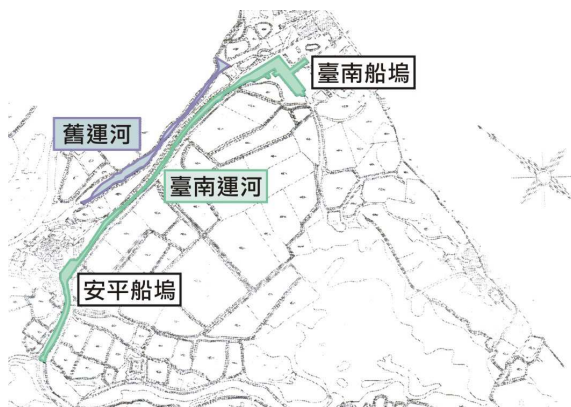


圖2-2：船塢與運河位置圖

資料來源：《臺灣懷舊》，1990：167

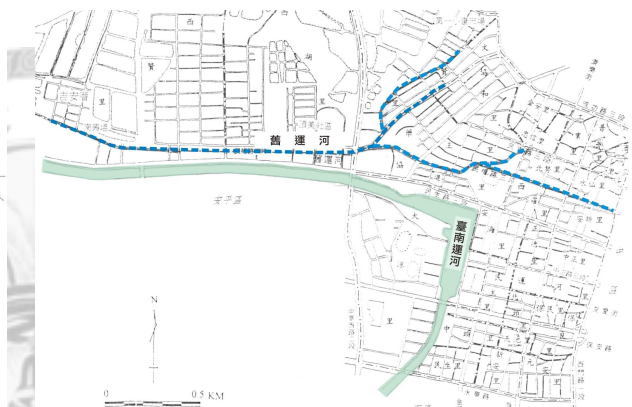


圖2-3：新運河與舊運河相對位置圖

資料來源：《臺灣地名辭書》-臺南市，1930年

一、五條港運河的沒落

1. 港道的淤塞

五條港區對外貿易的發展是仰賴港道的暢通，以利貨物運輸，然而在道光 10 年（1830）《臺灣采訪冊》記載：鹿耳門港，俊龍官所初水口。昔年可泊千艘。志所謂：「連帆」是也。今北畔沖漲，港內浮淺，往來船隻，俱泊港外矣。²在道

² 陳國瑛等，《臺灣采訪冊》，鹿耳門港，1830（道光 10 年），台灣文獻叢刊第 55 種，台北：臺灣大通書局，1995 年，頁 27。

光年間臺南府城一帶暴風雨與海漲，使得台江海沙驟長，路浮成地，台灣門戶鹿耳門首當其衝，頓成廢口。

本來道光 3 年（1823）七月的大風雨，已經使台江北半成陸，形成了一大片海埔新生地，安平僅容小船出入，府城三郊原有海運因之受阻，貿易大受打擊。是時三郊緊急自力救濟，貨物改由硓石古石港（嗣後發展成新港墘港）硓石古石渡進出，再由五條港匯流處疏濬清理開通「五條港運河」到安平及四草湖，使得府城、安平之間尚有水陸可達。

不料在道光 22 年（1842）再次遇到海水暴漲，湧為沙洲，由安平鎮漸次漲沙，直連大西門郭外，台江南半又淤塞成陸，府城、安平之間已成一片坦途了。同治初年《台灣府輿圖纂要》寫道：鎮渡頭：本在西門外海口……。自道光 22 年海漲暴作，湧為沙洲。今則一片坦途，直達安平。硓古石渡：在西門外一里。自台江淤鎮成陸後，僅於一溝，已通運載。³鎮渡頭因為道光年間台江陸浮而淤塞，兩次空前的海變，實係五條港區沒落的肇因。而鎮渡頭也因淤塞而漸廢，之後為位於北邊新港墘港的硓石古石港所取而代之。

道光年間五條港受到海退的影響，人口聚集的壓力，街市擴展的侵蝕，歷來雖斷斷續續疏濬，但是在連橫《雅堂文集》記載中：禾寮港即今打銀街，鄭氏之時尚有港道，今變通衢。而西城以外之佛頭港、關帝港、王宮港、媽祖港、番薯港，皆舊時運河，現已淤塞。⁴還是可以看見五條港難逃淤塞的命運。

³ 《台灣府輿圖纂要》，台灣縣輿圖冊山水橋渡（附），同治初年間（1860 年代），台灣文獻叢刊第 181 種，台北：臺灣大通書局，1995 年，頁 107。

⁴ 連橫，《雅堂文集》，卷 3 筆記，臺南古跡志禾寮港，台灣文獻叢刊第 208 種，台北：臺灣大通書局，1995 年，頁 245。

台江浮覆後，五條港河道淤塞日甚，每遇海漲颶風或溪流漲發，往往為之填塞，故而商人們必須時時加以濬通以維持港道的暢通，而濬通河道往往是一筆龐大的支出，這些費用不但使郊商的負擔沈重，也使郊商幾乎耗空公款，五條港區也因而漸趨沒落。

2.開港通商

同治三年（1864），安平開放為國際通商口岸。在對外開放通商後，洋商多利用安平出入，而洋行衝破行郊原來獨佔的貿易實權，介入大宗物品的生產運銷與進出口貿易，加上府城行郊的資本亦不如外商雄厚，行郊的生意因而受到打擊。另外，通往安平的馬路興修完成，行商通行舊運河者漸少。郊商的經濟情況日漸惡劣，營業範圍日縮，遂無力疏濬河道，更無力與洋商競爭，於是五條港河道僅剩下鎮渡頭一帶尚能通竹筏，五條港區的發展更形蕭條。

3.日治時期都市計劃的影響

日治初期安平大港淤塞嚴重，不利輪船進出。迨日治中期，鑒於安平大港已不合現代港灣設施與規模，乃規劃興建安平港。大正十一年（1922）四月，「臺南運河」開工，取代「五條港運河⁵」，作為開闢安平港的先期工程。大正十五年（1926）三月，「臺南運河」竣工，於運河東端築「臺南船溜」，西端築「安平船溜」。臺南運河約略與五條港運河平行，一南一北相隔安平大路。日治時開闢的「臺南運河」習稱為運河或新運河，以別於道光年間疏濬清理開通的「五條港運河」（後稱舊運河）。

a. 五條港運河（舊運河）

即原安平第一橋（今臺南基督教 YMCA 協進館附近）至安平港仔尾原天后宮

⁵ 稱為舊運河，即原安平第一橋（今臺南基督教 YMCA 協進館附近）至安平港仔尾原天后宮（今石門國小內）北側。五條港運河於光緒年間曾經疏濬（唐贊袞，1891，《台陽見聞錄》），至日大正十五年（1926）臺南運河開通後被取代，歷經一百年。

(今石門國小內)北側。五條港運河於光緒年間曾經疏濬(唐贊袞, 1891, 《台陽見聞錄》), 至日大正十五年(1926)臺南運河開通後被取代, 歷經一百年。

b. 臺南運河

日治初期安平大港淤塞嚴重, 不利輪船進出。迨日治中期, 鑒於安平大港已不合現代港灣設施與規模, 乃規劃興建安平港。大正十一年(1922)四月, 「臺南運河」開工, 以便取代「五條港運河」, 作為開闢安平港的先期工程。大正十五年(1926)三月, 「臺南運河」竣工, 全長3782m, 面寬37m, 底寬27m, 水深干潮時1.8m。於運河兩端築「臺南船溜」, 面積81488m², 水深1.8m至2.4m; 「安平船溜」, 面積21818m², 水深干潮時1.8m。

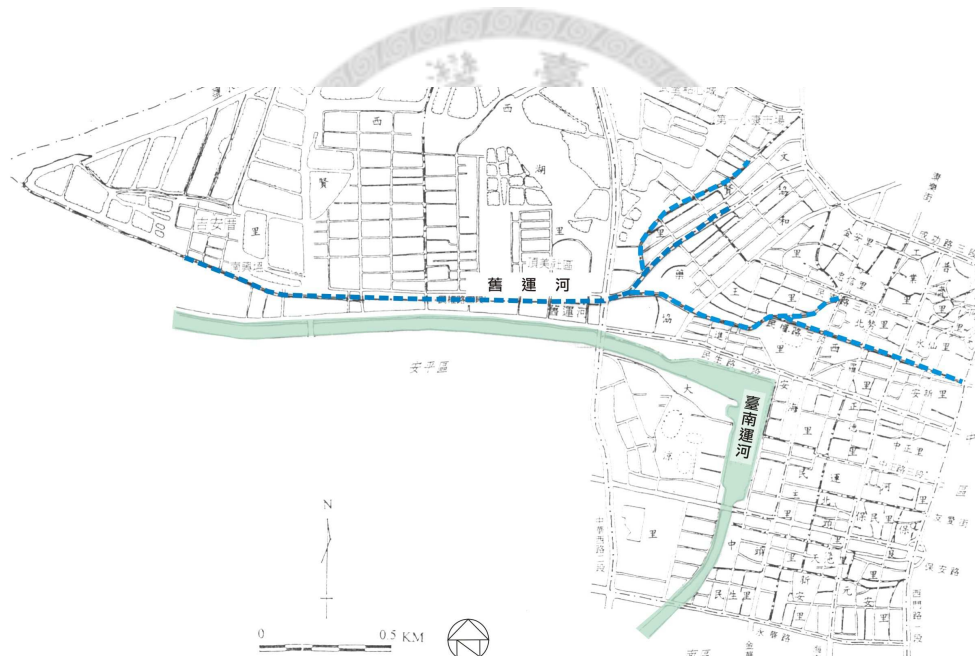


圖2-4：新運河與舊運河相關位置圖

資料來源：筆者繪製，2012

臺南運河約略與五條港運河平行, 一南一北相隔安平大路。此時新闢的「臺南運河」習稱為運河或新運河, 以別於道光年間疏濬清理開通的「五條港運河」(習稱舊運河)。

第三節 市區改正時期

一、意義

日人早川透過對都市計畫定義為：「簡單的說都市計畫是為匡正既往之錯誤使將來不再反覆犯同樣的錯誤而樹立之一套完整計畫，俾使都市之改造及開發有一定之基準、目標可資遵循，而其目的不外乎先使都市成為可充分提高效率之場所，同時亦為市民可享受舒適的文化生活之處所。」（黃世孟，1992）。在日文用詞上，許多字面具有特殊意義，如「市區」相對於「田區」，「改正」即為「改良」，所以都市計畫的構想即是建立在改良原有舊市區而非建設新市區。日人認為混亂正是阻礙發展之相對詞，所以藉由這種都市計畫可「改正」原來之混亂情形，這乃是都市計畫的起源。

日人剛接掌台灣之初，因疲於平定各地亂事，又資本不足，所以遲遲無法在台灣發展，一直到1898年後兒玉總督上任，並任用了後騰新平為民政長官之後，才逐漸重視殖民地的未來發展問題。「…當前最迫切需要的工作就是開發台灣資源。」，「…一旦這些資源完全開發並充分利用，那麼，台灣的地位就會變得更為穩定，而當前的情況下，具備更為有利的競爭能力。…」兒玉總督所推動開發資源計畫，就是由政府帶頭從事的各項基礎事業。在《台灣農村社會經濟發展》一書當中提到，兒玉曾說：「這些措施可以很輕易的由政府的力量來加以完成，而且必然大量增加台灣的經濟能力」。於是，為求經濟發展的最終目的，乃先後展開各項基礎工程，如市區改正計畫的擬定與建設、社會秩序的控制（如建立官廳、警察、保甲制度、律令等鎮壓工具）、意識形態的改造（如初等教育、實業學校教育等皇民化教育），以及經濟資源的開發等。在《日據時期台灣都市計畫範型之研究》（黃世孟，1987）也寫到：各項基礎工程彼此配合互相影響，共同目的都在達到人力資源與自然資源的控制與利用，其中尤以經濟資源的開發，更是殖民政府的原始目的。因此，經濟政策改革便是殖民地新生的力量與建設主要方針，殖民地要先自給自足，才能繼續從事建設殖民地的工作，而諸項工程便是為了達到原始目的的必要條件或配合措施。

1930 年之前，日人在台的主要統治政策在以經濟建設台灣，當時日本政府利用政治力量，吸引許多日本資本家與建築專業者紛紛來台投資與發展，當時興起許多的開發與建設。就臺南市來說，都市計畫分區使用的劃分，將人口稠密之處設於商業與政治中心，工業與農業以圍繞著商業中心外圍分佈，人的一切活動皆以經濟活動的範圍為主。因為交通運輸系統因著商品運輸及人員流動的需要，而逐漸往外分佈，使得陸運鐵路系統與海運運河的開通變成了實質的建設成果，因而造就了末廣町成爲臺南市新興之經濟命脈的角色。

在 1932 年的計畫變更裡頭，有一項是自末廣町、經大宮町、至西門町爲範圍的市區計畫變更。在 1931 年，即已鑑於市街發展，變更末廣町一丁目與大宮町二丁目之間的計畫道路。將與末廣町平行的道路旁，市政府（市役所）使用中的原警察署預定地改劃爲商店敷地。並且在末廣町一丁目到西門町五丁目、大宮町二丁目到西門町四丁目之間新設街路。

綜觀 1930 年至 1936 年之間，臺南市市區計畫的變更，主要是以高等工業學校、火車站臺南醫院間，以及末廣町二丁目附近的街路爲對象。

末廣町是臺南市第一條示範街道，竣工後有「銀座通」的稱譽。其中二丁目店舖住宅是由民間合資、行政部門設計、統籌興建。在臺南市都市發展的發展上，具有指標意義。在 1927 年《臺南市報》第十號的彙報土木事項刊載「末廣町通建築標準有關文件」，規定末廣町店舖住宅設計各項標準。1937 年末廣町全線完工後，種有檳榔行道樹的末廣町，與沿路遍植鳳凰木行道樹的大正町通，成爲聯絡安平運河、州廳圓環、火車站的重要路線。

第四節 小結

這章節是以歷史事件為主，去說明空間結構上的轉變。對自清末至日據初期臺南之經濟中心以清末大街（日據時稱本町，今民權路）為主，本町原是清末時承接自五條港區運送而來之貨品的主要聚集之處，在當時五條港區為聯繫著中國大陸，各地織布帛、綢緞、紙張、木材及日用品知重要幹道，因地理之便，本町上充斥著許多南北海內外之雜貨行舖，這些行舖使得本町擔負起運送、分配、中盤批發與零售等功用。

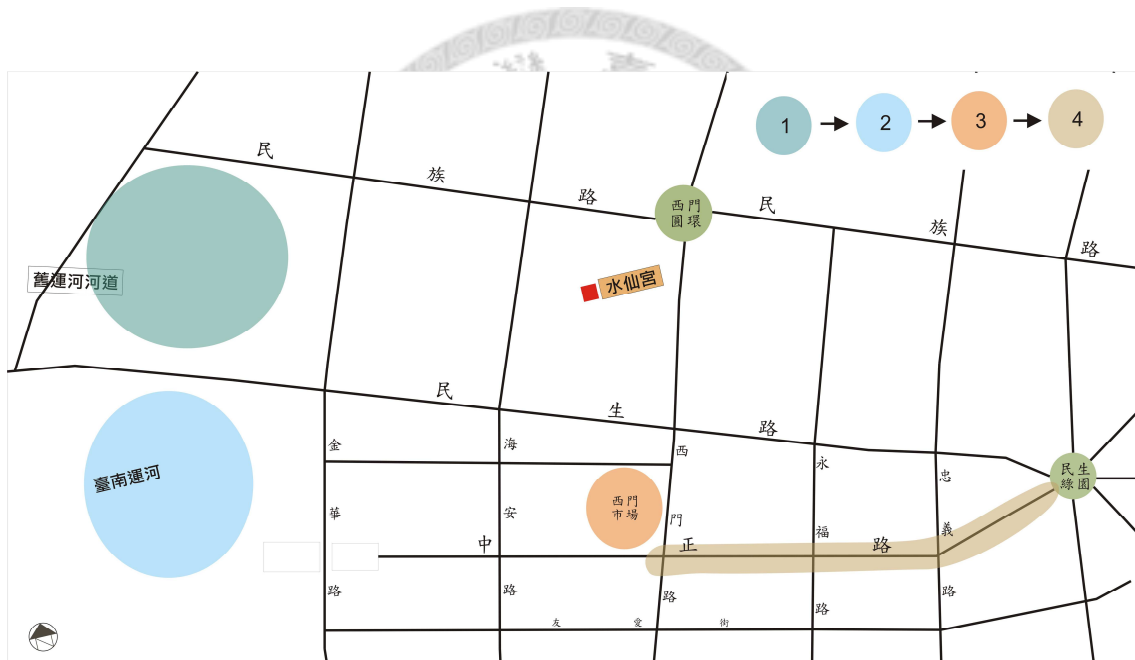


圖2-5：歷史空間移轉圖
資料來源：筆者繪製，2012

然而隨著港道的逐漸淤淺，安平港開放通商及通往安平的道路修築完成（今民生路），五條港的商業區漸漸衰微。日據之後，拆除西門城牆開闢西門町，田埋漁塭開發田町，南北鐵路通車，臺南運河開通，陸運海運的開拓，而後闢建末廣町，都是為了要促進商況所採取的措施，使得擔任聯繫角色的末廣町日趨重要，因而取代了本町的地位。商業中心也因此正式由五條港區向南轉移，轉向日

人所刻意規劃的新興鬧區。

自此末廣町及取代了本町（大街）和永樂町（五條港區）的位置。一條新的經濟命脈的成形，象徵日人治理與建設臺灣的決心，此舉對臺南市來說，傳統的都市經濟角色正面臨轉變，意味著一個新的經濟中心的轉移，將開始改變一個都市市中心的結構。



第三章 商業活動

第一節 日常生活的需要

一、市集—水仙宮及周邊街巷空間

水仙宮的研究範圍恰好與上一章描述的五條港運河具有重疊的部份，原因在於水仙宮這個市集的代名詞原本就是從祭祀圈所延伸並發展成小型商業集散地。

在前隆十三年（西元1765年）水仙宮劃定新界線，廟前就是航道，而水仙宮就是五條港中一南勢港的「守護廟」。

早期臺南的商業最繁盛的就是前一章描述的五條港，現今的水仙宮其實就是一般的傳統市集，憑靠著早期的盛況目前仍有許多攤販聚集於此交易，主要的形成模式為廟宇前的市集連接上周邊的商店，有香店、中藥行、金銀紙店等等。

隨著府城郊商雲集，也開始在碼頭邊供奉家鄉的神祇，有些甚至由家廟發展成信仰中心，如西羅殿，這種建廟模式也是五條港地區的一大特色，五條港也形成一個結合經濟、宗族、信仰的地區。在資訊尚未發達的時代，這些廟宇成為資訊交換的中心，也是大夥喝茶聊是非的場所，**廟宇附近就特別容易「結市」（形成市集）⁶**，因此造就水仙宮這樣熱鬧的市集（圖 3-1），生意好，人潮多。在康熙 57 年（1718）府城進出口貿易商人集資，重建水仙宮，成為全台最富麗雄偉的廟宇，顯示當時府城貿易的興盛、商人財力豐富。更在 1741 年（乾隆 6 年），在水仙宮內設立「三益堂」，成為當時「三郊」的總部，以利聯絡商會，此舉使得水仙宮躍升為府城的商業中心。當年，水仙宮附近一帶隨著商業的鼎盛，茶樓酒肆、青樓妓院亦紛紛興起，繁華熱鬧達到最高點，遠非當時府城各坊能及，說是全台灣的商業中心，也當之無愧。

⁶ 截取自王城氣度2006年11月1日星期三-五條港專輯：五條港，瀟灑走一回。

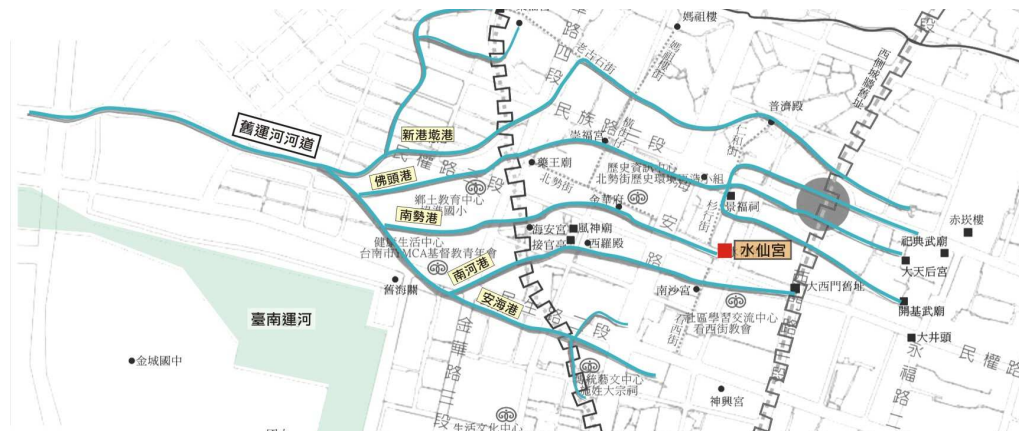


圖3-1：五條港與水仙宮位置圖
資料來源：筆者繪製，2012

今日的水仙宮前為長樂市場，及一般所稱之「宮口菜市」（水仙宮菜市），背後則為永樂市場（俗稱賊仔市），攤販、店家林立，每日上午人聲鼎沸，還是有著那摩肩接踵的人潮、依然是府城小吃相當集中熱鬧不變的區域。國民政府來台之後，水仙宮宮口市場幾經變換，改稱為長樂市場。「賊仔市」沒有宮口市場的久遠歷史，顧名思義，那是偷兒銷贓之市。聽附近人家口述，早年一些老芋來此盜賣軍中物資，逐漸集市，現改為永樂市場，然而老臺南人還是習慣以「賊仔市」稱呼，這裡連著宮口，形成一個大市集，各種小吃雲集，更是那串聯在地人生活的地方。

目前水仙宮附近大致分有兩種主要街巷活動，一是供車行，這類街巷圍繞在周邊；而另一人行街巷則是架構出整個內部網路的主要組織系統，內部街巷雖彎曲難行但相較於外方的快速道路卻相當安全。

憶起小時後，每到星期日都會和阿嬤一起去水仙宮買菜，一邊跟著阿嬤挑菜，一邊聽阿嬤跟肉販寒暄。她說，這裡有賣衣服的，有魚販、肉店、菜攤，新鮮多樣，最多攤販。不時還有幫你炸好好的各種油炸小吃，夏天也會買些清涼退火、祛病延年的青草回家，旁邊還有香味四溢的餅店，紅的黃的傳統糕粿甜點。更時常聽阿嬤說，這裡有很多從草地來的人，扛著他們家鄉種的菜來這裡做生

意。她時常看到年紀很小的小孩，背上背著十幾包的蔥蒜，應該有十來斤，一步一步這樣走，一個人獨自在市場裡一聲一聲叫賣，「歐巴桑買蔥頭哦！歐吉桑買蒜頭哦！」「賣蔥頭哦，賣蒜頭哦！」呼叫人客來。阿嬤看到，就會上前去跟他買個幾包，讓他可以早點賣完早早回家。

現在，雖然南勢港消失了，在廟中昏暗的燈光之下，已不見當年「三郊」的盛況。雖然水仙宮風華盡失，門口已經淪為攤販盤據之地。但阿嬤依然每天來這裡買菜；而從我有記憶以來，這裡頭依然各種小吃雲集。這些小吃，一碗，一筷，或站或坐，就這麼吃起來，彷彿在阿嬤的灶腳邊，品嚐著家常美味一般，尤其是記憶中常吃碗粿……。裡頭狹窄潮濕的街道、雜沓的人群、此起彼落的吆喝聲，市場內豐盛的生鮮水果、雞鴨魚肉、傳統糕餅美食如「做月子餅」、紅龜，西式麵包蛋糕、南北雜貨、衣服、鞋子、皮包，應有盡有，還有人在地上擺攤賣起玉鐲、玉飾，處處驚奇，這是「大型、整潔、動線良好」的量販店所沒有的。



二、市場— 西市場和永樂市場（當時名為永樂町分市場）

在 1930 年臺南市的統計資料為例，西市場和永樂市場（當時名為永樂町分市場）就已經存在了。永樂市場在市集裡頭約略介紹過，這裡要書寫的是為中正路以及周邊的發展過程中，留下痕跡的還有西市場。



圖3-2：西市場與永樂市場位置圖

資料來源：筆者繪製，2012

曾廣田（1983：333）將市場定義分為廣義和狹義的，廣義的來定義市場是指物品銷售時所有相關之事物皆可稱之；狹義來說為一般商販聚集營業之場所，為一種具象的空間組織；而小野二郎（1932：1）認為，市場是「在一定的時間與一定的場所陳列商品並且有交易買賣的行為」。所以在這裡透過西市場來了解，當時消費者之間交易的空間以及民間經濟活動的發展是如何。

1. 西市場的產生

「擬建市場之初，原以入清以來既成之市肆，如油行尾同安館前（現開山路與府前路口）、府城隍廟街前（現青年路府城隍廟附近），開仙宮街（現民生路開仙宮附近）、外關帝港街（現西門路2段303巷）、天公境街天公埕廟前（現忠義路天壇前）、大銃街（現自強街）與魚行口街（現大德街）為市場指定地，鼓勵民間建設」，這是周菊香（1993：176）在《府城今昔》一書中所描寫早期市場的雛型。明治35年（1902），市區先後籌設了九處民營市場，這個時

期的「市場」是由政府監督，但是讓地方仕紳團體來經營，政府並無出資買地或是興建市場建築來容納販賣者以及攤販，也沒有系統性地規劃市場。這樣的市場類似市集，規模通常並不大，並沒有固定的攤位，也沒有市場建築。各物種的營業地點皆集中於同一處市集，且幾乎是食品類的市集，攤販聚集地點也多位於廟前空地、交通要道及城門出入口等地。

直到，明治37年（1904）左右，臺灣總督府對臺統治趨於穩定，基礎調查工程也陸續完成，在具有現代化思想的後藤新平的帶領下，都市計劃也正式展開，於是在明治37年（1904）臺灣總督府以府令【第65號】規定，各地市場及屠畜場為公共建築物，由各地街庄長或廳長管理，於是日人正式將市場從自由制度變為公有制度，市場設置管理列為公共事業，在明治38年（1905）有了「臺南市場」，是當時台灣最大的市場。

而當時木造的「臺南市場」僅使用了6年，即於明治44年（1911）年8月27日因暴風雨倒壞（圖3-4），於是隔年（1912）重新興建之後，則改名為現在大家熟知的「西市場」（圖3-5，圖3-6）。



圖3-3：明治41年（1908）之「臺南市場」。入口門柱即寫著「臺南市場」
資料來源：總督府官房文書課，1908：62



圖3-4：明治44年（1911）8月因颱風而倒塌的臺南市場
資料來源：《南臺灣寫真帖》第7集

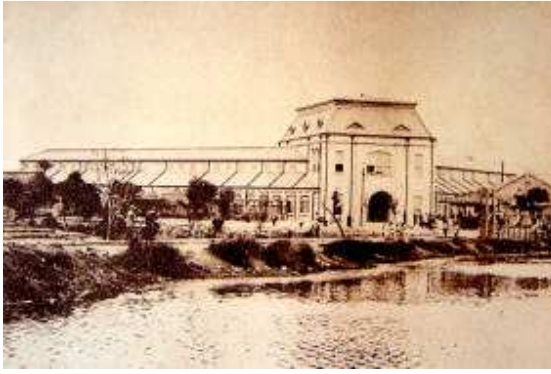


圖3-5：大正元年(1912)至大正6年(1917)間之西市場(曾我紋藏，1918)



圖3-6：大正初期之西市場，具有景觀規劃(高振興提供)

2. 市場區位的選擇

日治初期，日人曾經遭逢可怕的「臺灣熱」，在衛生情況上面吃過苦頭。所以在日明治28年(1895)領有臺灣時，非常重視「衛生醫療」。日人接收臺灣之初的衛生情形，在《臺北市史》中有一段描述：「本來在臺灣如今日所能見之市場，在領臺之前，完全缺如尚未設有，唯有在街路兩旁或者廟宇近旁等交通頻繁場所，銷售日用雜貨或食品之零售商人擺攤趕集在一起，擺露天之路邊攤，在灰塵隨風飄落之場所，若無其事陳列各種商品銷售者，店頭亂七八糟堆放貨品，飄落灰塵之商品，看起來就令人感覺到非常不衛生，但由於一般人甚為缺乏衛生觀念，因而並沒有看到有何不方便與沒有效果之情形，均以為便利而積極加以利用」(田中一二，1919：199)，可知日人治臺之初，對於臺灣攤販的衛生條件非常不滿意，臺人的市場沿襲清末在街路兩旁或廟宇前面露天的隨意擺攤子，陳列不但雜亂無序，衛生情況更是不佳，有礙衛生及觀瞻，且日人覺得日治初期臺灣的民眾非常缺乏衛生觀念與公德心，市區馬路很狹窄，排水溝也不完備，所以到處都是污水，豬留在馬路上，又有家畜在街衢亂跑，形成人畜同棲的狀況(黃世孟，1992：249)。日治時期在市場設立最主要的著眼點還是在衛生保健上，強調清潔衛生。

加上日本人對於市場的觀察上，希望市場能夠調節物價以利貨暢其流，使優良品價廉物美，並增進全民的福利，在社會政策上與產業發展上均具有正面的意

義。故日治時期在設置市場時，「改善公共衛生」、「增加地方財政」及「穩定市場經濟」這三大考量是在選擇市場區位時，非常重要的因素。

所以關於西市場的區位選擇，由臺南廳長曾於《臺灣總督府公文類纂》（1904）裡提到：「臺南市街牛磨後街，位於市街西部，現於第一魚菜市街近旁，在衛生上及利便上是最適當的場所。」以及他也於市場成立的祝辭提到：「此地因為城牆拆毀，且南方有水池，土地高於水池數十尺，利於排水（臺南廳，1908：64）」。得知，西市場的選址非常注重在衛生保健及清潔衛生的考量因素上。

另外在交通上，大多市場物資的運送皆由輕軌便車傳輸，隨著地方貿易的出現，輕便鐵路也隨之出現。日本建造縱貫鐵路，經於臺南東半丘陵稜線上，並設驛頭於市仔街，為聯接西城商業區與城外交通，乃設置輕便鐵道形成交通網，當時有三家經營者，後來分別組成臺南客運與興南客運。其中經營西市場的公司為「臺南輕便鐵道株式會社」，這條鐵路是以西市場為基點，中間經過鹽埕庄通往喜樹庄（這條輕鐵也連結了當時臺南市之屠畜場），水果及生鮮魚肉都藉此運往西市場。

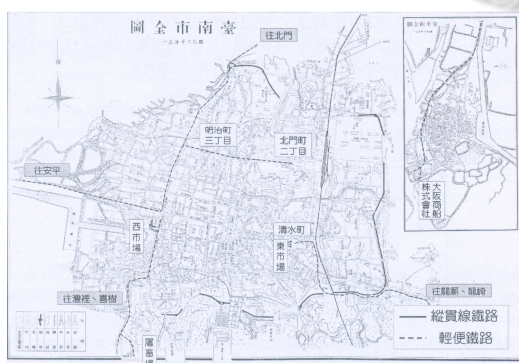


圖3-7：1924年臺南市鐵路路線圖。可看到輕便鐵道從西市場的南側繞至西側。
資料來源：鍾順利，2006



圖3-8：昭和6年(1931)西門町之街景，仍可見輕便鐵道(勝山吉作編，1931：203)
資料來源：鍾順利，2006

3. 市場建築的空間配置

臺南西市場平面為L型，往東邊與北邊伸出兩翼，東翼為魚、鳥、獸肉之賣店，北翼則為蔬果、雜物等賣店，將生肉與蔬果雜貨分區的作法讓細菌傳染的可能性降低。中央走道部分挑高二層樓之空間，攤販則為一樓高。進入裡面之後，中央走道區分兩側為攤位，設方形立柱劃分攤位，每兩「間⁷」由鋼筋混凝土柱作為分割，每個區位配置一個物品陳列臺。主要出入口為東翼及北翼之端點以及中央入口，而兩翼中間則各有兩個次要入口。大廳在中央位置，留設兩座樓梯可上到第二樓，為當時之辦公室，作為管理之核心，也是空間層級最高的地方，共有兩個入口可進入，與購物民眾之動線是分離的。



圖3-9：日治時期西市場北翼內部
資料來源：《臺灣懷舊》，1990：167



圖3-10：西市場內部走道現況
資料來源：筆者拍攝，2012

1929年西市場交易金額占臺南市市場總交易金額過半。1930年西市場興建二樓沿街賣店，建物坪數自731.1坪增加至909.1坪，賣店數自87間略增至91間。此外在一樓還留設了騎樓空間設計（亭仔腳），以求購物的人能獲得舒適的購買空間。從交易規模與增建二樓以擴充店家數地來看，西市場的擴建反應了臺南市經濟活動需求更多的空間。另外再從配置騎樓作法領先於其他町別來看，西市場居於臺南市交易體系中及中要的位置，不論是賣店數或交易金額都是臺南市數量最大的，這是毋庸置疑的。

⁷ 1間約為1.818公尺。

到了1933年，越智寅一為促進1932年二丁目甫竣工的末廣町通發展，成立了「臺南市勸業協會」，向公家租借西市場沿街賣店與本館之間的敷地，在其上則是由店家共同組成的「臺南淺草組合」所興建。根據昭和8年（1933）4月30日之《臺南新報》所述：「臺南市西市場構內賣店跡及噴水之周圍，新築之日用品廉價賣市場，自5月1日起一齊開店，新築41間之賣店與新館10間，裡面開張店舖，51間之賣店夾以兩間闊之通路。所賣俱屬日用廉價品，命名為臺南之『淺草』。又於中央噴水傍，建觀音佛像，尙該淺草店舖自1日起以1個月間附有景品大賣出，種種計畫甚能誘客云」。可以看到在1933年構成了一個四十一間賣店的現代化的百貨日常用品市場，命名為臺南「淺草」商場，所賣俱屬日用品，以廉價銷售，刺激消費，並由南市勸業協會出資於西市場後（現國華街）建造露店⁸，將拆除西門城時遷來的攤販收容原聚於此。

當時淺草廉賣商場各店舖，日、台人都有參與經營，唯一的規定其營業項目不得雷同，故商場特色十分豐富，有各式服裝店、日用品店、遊店，甚至有「一角專賣店」，就是店內每付一角錢任選，以此廉賣方式吸引臺南市民至此消費並與西門町和銀座商業街、盛場、新町遊廊形成商業帶區。西市場「淺草」賣場開張，此舉不僅加強了西市場作為都市商品交易重要節點的角色，也關係到末廣町與西門町，甚至到整體臺南市的經濟活動關係。

並且為了促進市民休閒活動，更擴展夜市於世界館（現中正路湯姆熊）後方建造名聞全台的「盛場」（沙卡里巴）。日治時稱「盛場」，光復後改稱「康樂市場」，亦稱作新盛場，一般慣以日語直呼為「沙卡里巴」，為夜市場之意。當時為促進銀座通之商機，市政單位特別指定田町一帶為娛樂場地，填平魚溫先建露店又建盛場，提供市民夜間遊樂去處。這裡成了府城著名小吃、飲食攤集中地，不僅吸引了多市民及外地遊客，也成為府城的觀光據點之一；光復初期這裡攤棚林立；光復之後，康樂市場之營業攤位漸趨多樣化，包含雜貨、小吃、五金、布疋等，更成為府城小型成衣工廠的成衣批發展售中心，由中正路延伸至府前路間，介於國華街與海安路之兩街廓，服飾店林立不勝計數；但小吃還是「沙

⁸ 指點心攤販。

卡里巴」最為人熟知的特色，過去其範圍曾一直延伸至海安路上，但因為海安路的拓寬為地下商街，而將部份攤販安置在另一區五期重劃區新設置的市場。

《漢文版臺灣日日新報》曾為文〈市場夜景〉（1907）來描述臺南市場的夜晚，除了攤販之擺設外，更有音樂佐以遊人助興，「臺南魚菜市場內，中央原佈置三四條花徑，盛植花松，曲折優雅，此次又設夜市。昨午後八時許與有人散步於其間，入門數十武，見夫東側架木棚三四層，陳列盆景七八十盆，五花十色，蒼翠可愛，各盆皆標明價值，或五六十錢，或八九十錢，或一二圓不等。又見露店零賣者數處，周遊二十分鐘之久，乃假榕樹下冰店，漸作茗談，時聞管弦之聲，洋洋盈耳。」藉由曾為文的描述可以想見，日本人對於市場的經營不僅於白天，連夜晚都納入考慮，這也為以後市場周圍成為娛樂中心埋下伏筆。



第二節 特殊需求

一、賣店

然而西市場的功能漸漸不敷消費者使用，爲了因應末廣町的商業發展，於是在昭和5年（1930）興建了2層樓之沿街賣店，當時西門町爲人潮往來的地方，因應每間店鋪都留設有「亭仔腳」，以求購物的人能獲得舒適的購買空間，與L型本館共同構成口字形的配置型態，共有普通店鋪11處，及1間「喫茶店」（咖啡店），前面12處店鋪的樓上皆爲住居室。而狹長型的街屋也讓最多的店家獲得最大的收益。到了昭和8年（1933）5月1日在西市場與新築之賣店之間有一個日用品廉價市場「淺草」開張，使得西市場腹地內猶如頗具雛形的百貨公司，與原西市場本館結合而成爲一矩形平面，原西市場外廓賣店再依附於「淺草」的東北角，這三棟建築連成一體，使得購物的人潮可以在室內穿梭而免於風吹日曬之苦。

昭和6年（1931）年底，爲了都市美化以及都市發展，末廣町之店鋪住宅（梅澤捨次郎，1932）正式動工，於昭和7年（1932）完工，是臺南市第一條經過整體規劃設計之商店街，計有百貨、藥局、酒齋、旅館、運動器材、攝影店、餅店、齒科、診所、家具商與自行車行業。其中最大的商店是「林百貨」，是以百貨公司之型態經營，爲當時南臺灣最大的百貨公司，也是南臺灣第一座有電梯的百貨公司。

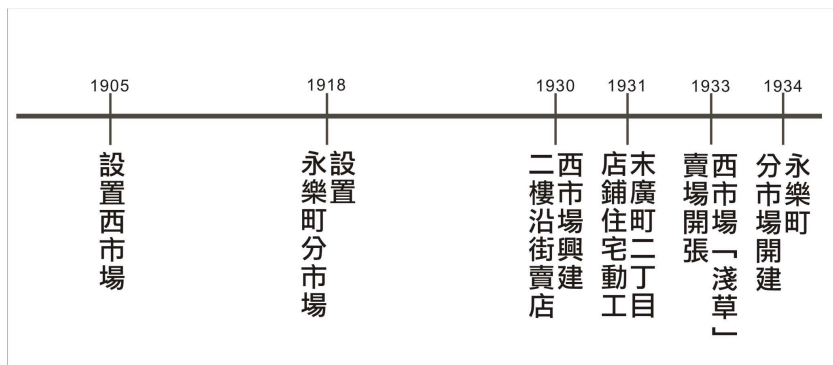


圖3-11：市場與末廣町賣店相關重要事件
資料來源：筆者繪製，2012

第三節 娛樂

一、戲院

1. 戲院起源及歷程

台灣戲院的起源，主要透過日人引進台灣，因此日治時期已經開始，在 1900 年，台北「淡水館」已經出現電影放映。而日人高松豐次郎於 1911 年 7 月開幕的「芳乃亭」，是第一家單純放映電影的戲院。至 1915 年為止，此類專門放映電影的戲院在全台灣只有三家，其中包括台北「芳乃亭」及「新高館」、臺南的「戎座」。以當時登記在「台灣興合場組合」（即戲院公會）的戲院而言，總數 168 家戲院中，專門放映電影的有 28 家。雖然當時電影工業的資源幾乎被日人所壟斷，其台灣人及日本人看電影的比例約為 3：7，但與當時製片業與發行業相較，戲院可以說是最有發展的一環。

光復後，雖受到社會情勢的影響，但對當時來說，電影仍是受到歡迎的娛樂活動之一，隨著社會情勢穩定及人口的成長，戲院也陸續在各地擴增。從 1965 年開始至 1969 為止，台灣地區的戲院增加 161 間，約增加兩成五，座位數增加九萬七千多席，約近三成；看電影的人數也增加至四千七百萬人，到了 1970 年，戲院數達 826 家、座位數有四十四萬一千席、觀影人次有一億八千萬，都到達了頂點。（盧非易，2003）

然而，1970 年代是戲院發展的重要分水嶺，其主要導致戲院迅速遞減的原因在於電視，電視逐漸普及於各家庭。然而，1970 年代末，多廳戲院興起，在 1979 年 3 月，台北獅子林百貨公司附設金獅、銀獅、寶獅三家廳開幕，提供觀眾在同一時間裡的多種選擇。不久，台北樂樂，桃園天天，高雄金塔、金寶、豪華，基隆金銀寶、統一，也都提供多廳院的空間（盧非易，2003）。1980 年代，錄影機的問世使得觀賞電影的人次迅速驟減，娛樂活動從去戲院看電影轉變為在家看電視及電影，戲院在這短短的二十年間呈現大幅的萎縮情形。進入 1990 年代

後，隨著各種電子媒體興起，休閒娛樂型態轉變為多元化，加上政府相關單位開放更多外片拷貝及准許外資投資電影院，票房更被新興影城瓜分，導致傳統戲院生存困難。

2. 臺南的戲院的空間轉移

民國 36 年 6 月，臺南一連二十幾天的霪雨，物價上漲之際……可是電影院卻場場客滿，為得是：給雨悶透的心情總要有發洩的去處（葉龍彥，1994；中華日報，1947）。由此可知，戲院對當時的臺南是相當受歡迎的娛樂場所。臺南市的傳統戲院主要集中於中西區，其中中正路的戲院密度之高，還被當地冠上「電影街」之稱。現在的中正里，過去名為「電影里」，由此可知，中正路在當時是相當熱鬧的地方，聚集著當時主要的娛樂活動之一——去戲院看電影。

在日治時期，臺南的西門町（西門路）、末廣町銀座通（中正路）、田町（中正路後段區段）、新町（介於海安路與金華路之間的府前路區塊）附近，林立著各式熱鬧的娛樂場所，其中要看戲的就會去西門町的大舞台、南座、宮古座，田町的戎座、世界館。在西門町的大舞台於 1911 年 1 月 22 日落成，在暫時遭炸毀，修建後又恢復營業，其中臺南歌仔戲團「丹桂社」也在大舞台演出，並被認為是台灣第一個進入戲院內台的商業登台。而南座轉演歌舞、戲劇，偶而放映電影。至於宮古座於 1928 年落成，於 1946 更名為延平戲院，舞蹈家蔡瑞月也在此受到啓蒙並在此曾演出過，並且也是文協時代，新劇演出的地點。在田町的戎座於 1915 年開幕，專門放映電影，而於 1946 年 5 月 1 日，改名赤崁戲院，最後 1961 年 5 月 8 日結束。在當時的戲院，大多屬於複合式戲院為主，出現兼營戲劇與電影的混和戲院。

在 1970 至 1990 年間，新成立的電影院雖然大多分布在中西區，但位置已漸漸轉移，在那段時間的中正路及周邊的戲院已漸趨飽和，其商業群聚已趨穩定，因此，新興的戲院逐漸往外圍設立。如建國戲院、中國城戲院與國花戲院都擴散至中正路的外圍。另外，位在北區的東帝士戲院，是臺南市首家結合百貨賣場的戲院，其戲院的經營模式已漸趨轉化。而到了 1990 年代後，戲院大多結合百貨

公司慢慢的擴張，其中值得注意，以前的戲院是獨立設置在商業區或商店街中，甚至是一個商業區內的重要指標，而今戲院已隱身於百貨公司或購物中心中，主要原因在於消費取向的改變及電影娛樂的消費活動不像以前活躍，才導致戲院與百貨結合的狀態。

除了戲院在空間上有明顯的轉移外，就連戲院的發展模式也呈現不同的樣貌。從日治時期時，大多的戲院是呈現複合式戲院為主，除了上映電影之外，也有戲劇的演出。而到光復後，其戲院的發展就主要以放映電影為主，而且，每一家戲院都只有一廳，普通戲院都是一天一部片，只到 1980 年代多廳制才開始。1990 年代後，戲院與百貨結合已成為主流，而近幾年來的戲院發展，已經進入連鎖的經營概念，運用著觀影空間的營造及有效的經營策略，使得傳統戲院受到打擊，甚至在 2003 年的中華日報，曾報導過臺南市的在地戲院三年內關七家⁹。由此可知，在中正路附近的傳統戲院，也因長期虧損而結束。

表 3-1 臺南市各戲院成立時間及位置

年代	戲院	位置	年代	戲院	位置
日治時期	戎館	田町	1969	東安戲院	東區
日治時期	世界館	田町	1969	今日戲院	中西區
日治時期	宮古座	西門町	1970	南台戲院	中西區
日治時期	國風劇場	西門町	1971	建國戲院	中西區
日治時期	延平戲院	西門町	1976	民安戲院	北區
1962	南都戲院	中西區	1982	國花戲院	中西區
1964	民族戲院	中西區	1984	中國城戲院	中西區
1966	王子戲院	中西區	1987	東帝士戲院	北區
1967	王后戲院	中西區	2002	國賓影城	東區
1967	統一戲院	中西區	2002	派拉蒙環球	中西區
1969	全美戲院	中西區	2002	華納威秀	中西區

(引自林聖偉，《臺南市電影院商業空間之研究》，國立臺南大學社會科教育學系碩士班碩士論文，2004:60)

⁹ 施春瑛(2003)，臺南市的在地戲院三年內關七家，中華日報，7月2日。

另外，由表 3-1 可以得知，從日治時期開始至光復後，臺南市的戲院大多分布在中西區，尤其是在 1970 年代前，在戲院還在蓬勃發展的時候，幾乎都分布在中正路與西門路兩側。因此可以對應到中正路及其周邊從日治時期至光復後，一直是臺南市的商業發達區域，也是臺南人口中那曾經熱鬧非凡的中正路。從整個時空背景下來看戲院的變遷，可以發現到戲院的發展從中正路及西門路周邊，慢慢的象外的商業區擴散。雖然當時許多戲院聚集在中正路周邊，然而隨著消費型態的改變，戲院與百貨的結合已分布於外圍的商業區或郊區。整體下來，臺南市戲院的空間歷程，呈現的不僅僅是分佈的商業區產生轉移的現象，其經營間亦由原本單一獨立的商業單元，轉變成合作互惠的百貨空間。



圖3-12：日據到光復台南戲院位置圖
資料來源：筆者繪製，2012



圖3-12：日據到光復台南戲院位置圖
 資料來源：筆者繪製，2012

二、高層商業大樓

1. 合作大樓

而曾經風光一時的合作大樓，為當時臺南市最高大樓，也在這時期裡頭興建而成。在訪談過程當中，只要提及熱鬧的人潮及活動地點，大部份都會說到合作大樓。關於合作大樓的記載卻不多，僅能從報紙上得知關於合作大樓的出現。關於合作大樓的興建，在《中華日報》，1962年6月6日及1962年6月14日，就開始報導關於合作大樓的選址及店位預約。並開始預告臺南市不久的將來，將有一座現代化的九層大樓出現。說明大樓中將設有自動電梯四座，並設有昇降機，還有小型兒童樂園及電影院等等¹⁰。在同年7月22日，合作大樓建築計劃已經到實現階段，將原先歷史悠久的臺南戲院拆除，預備騰出空地興建合作大樓¹¹。過了一年之後，就在1963年的12月25日耗資兩千萬元的合作大樓隆重開幕。《中華日報》、《台灣新生報》、《民聲日報》、《徵信新聞報》、《成功晚報》以及《聯合報》，各大報紙大肆報導合作大樓的完工，在當時《中華日報》¹²裡頭更說到，該大樓不但是南市最多層的建築物，在本省南部亦堪稱為最高、最大的大樓，建地面積二百七十餘坪。地下兩層為王子戲院，一至四樓為商場，第五層餐廳部，第六、七、八樓為王后戲院，第九層為遠東舞廳，第十層屋頂為兒童樂園。

當時位於地下兩層的王子戲院和地上一、二樓的中一百貨公司因內部設備二樓的中一百貨公司因內部設備先已完成，於是在廿五日首先開幕，請到了當時市長辛文炳主持揭幕典禮，以及「國聯」電影明星汪玲、江青兩小姐剪綵。在《徵信新聞報》中描述：影星江青、汪玲，廿五日上午乘民航公司班機抵達臺南，於十一時許像「仙女」般的自空而降，立刻成了古都影迷們追逐的對象，下午原定一時至王子大戲院及中一百貨剪綵，由於影迷們過度擁擠，無法進入，鬧區之中正路交通為之中斷，經憲警以竹桿推阻人潮搬的人羣，但仍然秩序大亂，延至一

¹⁰ 〈臺南市將興建現代化九層樓〉，《中華日報》，1962年6月6日

¹¹ 〈中正路合作大樓已臨實現階段〉，《中華日報》，1962年7月22日

¹² 〈南市八層合作大樓建築工程完成〉，《中華日報》，1963年12月24日

時四十分剪綵節目始告開始，在剪綵後人羣又向潮水般的湧至，江青、汪玲無法出門，至二時許才在大羣憲警的保護下自該大樓後門奪出重圍……。可見當時合作大樓的開幕，在南部地區造成轟動。



圖3-13：1964年合座大樓。可以看到昔時運河
盲段尚存、運河碼頭(現中國城處)尚存
資料來源：《中華日報》，1964，5月3日

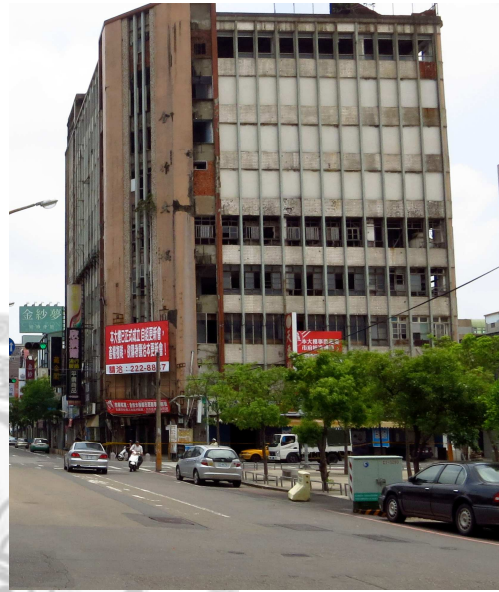


圖3-14：2012年合作大樓，已閒置
資料來源：筆者拍攝，2012

合作大樓的建構方式是真正以合作方式所建成，因為這樣子的高大建築，費用高達二千餘萬元，很難找到人來獨立投資，只有以合作方式來完成理想。合作的方式是先以設計好的圖樣及編好工程費預算之後，再由臺南市西區合作社找人分層投資。所以每個層樓的空間及用途是採分層分位預售的方式，由不同業者經營。在當時這個概念很創新，影響所及，中國城、東帝士、圓典百貨均採同一模式。

另外當時擔任訂購一、二樓的中一百貨公司經理曾旺根表示：中一百貨公司的創業是為配合觀光事業，繁榮臺南市，該公司以「商業革新」為口號，以服務業為宗旨，兼顧生產者的廠商消費者的利益，實行不二價。服務人員無勞資之別，皆以爭取顧客滿意為目標，該公司更將以企業化的經營方針為大眾服務，做到薄利傾銷的境地，終以達成商業革新為經營目標。

這座大樓的完成，對臺南市的繁榮景象大有幫助，「當時的臺南市公車都以合作大樓為起點站，每逢大片上映或有影視紅星來大歌廳作秀時，這邊都人山人海……」（帥爸）。另外，在商業形態及思維上也開始帶來轉變，許多工商界和金融界人士對於建築的眼光更加提高，市場攤位式的建築已經引不起興趣，而是已經將對建築的目標提高到了高樓大廈¹³。可以想見在這個時期，為了城市商業發展，增加更多營業面積興建大樓，高層建築應運而生，城市廣泛地採用新的建築技術與新的建材，也包含電梯的使用，使得相較高層商業建築開始在臺南蓬勃發展。

2.延平商業大樓

位在西門路二段，西市場的對面。根據《臺南州觀光案內》記載，延平商業大樓原址為延平戲院，後來在1977年拆除舊貌，在1979年六月改建成為12層的延平商業大樓，結合了戲院與百貨。一至三樓曾經有過很多家百貨公司經營，從剛開幕的延平百貨，後來變成新第一百貨臺南分公司，千大百貨，圓典百貨。延平大樓管委會籌備會召集人郭正陽表示，這棟十一層樓的建物是由延平建設與中影公司合建，總樓板面積約五千五百多坪，當年地下一樓與一樓是做商業賣場，二、三樓是圓典百貨，四、五樓為延平戲院，六樓、十一樓為餐廳，七、八、九樓為住辦套房，十樓則為 KTV，是一棟綜合性的商業大樓。（記者施春瑛在南市報導內文寫到）。

¹³ 鍾長江：〈高樓大廈的興建〉，《中華日報》，1962年8月3日

當年落成的延平商業大樓曾經風光一時，是當年熱絡的西門商圈中心¹⁴，不過才短短幾年，就因景氣不佳，現今已成閒置狀態，至今也將近十餘年。



圖3-15：昔日宮古座
資料來源：《臺南州觀光案内》

圖3-16：延平商業大樓現況
資料來源：筆者拍攝，2012

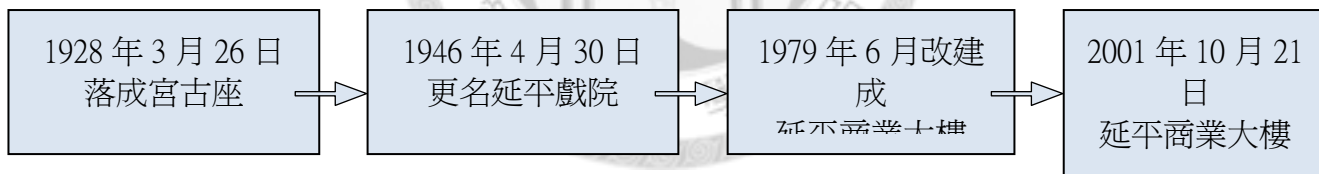


表 3-2：延平商業空間演變

¹⁴ <http://boylondon.pixnet.net/blog/post/46811832-閒置20年-臺南-西門路延平大樓可望復業>

3.王冠百貨

靠近中正路與海安路口，距離中國城不遠處，緊鄰著合作大樓，後來改名叫「年輕貴族」，在我小時後依稀的記憶中，全盛時期有三個館，當時在一個還沒有新光三越百貨的年代，很多名牌都選擇在王冠設櫃，是臺南最「潮¹⁵」的地方。（61年次，黃冠偉）。

回憶起王冠百貨的興建，訪談老闆王重泉，他說他也已經記不是很清楚了。「記得 66、67 年是停車場，72 年一部份是給客運停的停車場，一部分是作成衣。到 75 年全部自己作。82 年開了年輕貴族，後來，92 年就收起來了……」但可以確定的是，在王冠百貨的前身，是臺南客運。訪談李郡河說：「那時後臺南客運的總站是在現在的年輕貴族，就是現在合作大樓旁邊，從那邊一直到友愛街，一整個都是大型車站，所以很多人搭客運來到這邊，都是在這附近消費，大概是在日本戰敗之後，其實日本人日據時代的客運就是在那邊了……。因為那時候商業行為不像現在整個各地都有了，那時後很多辦嫁妝就是要來這個地方……」。從民國 59 年的地圖上，可以清楚看到，合作大樓旁邊，當時是標示著臺南客運。

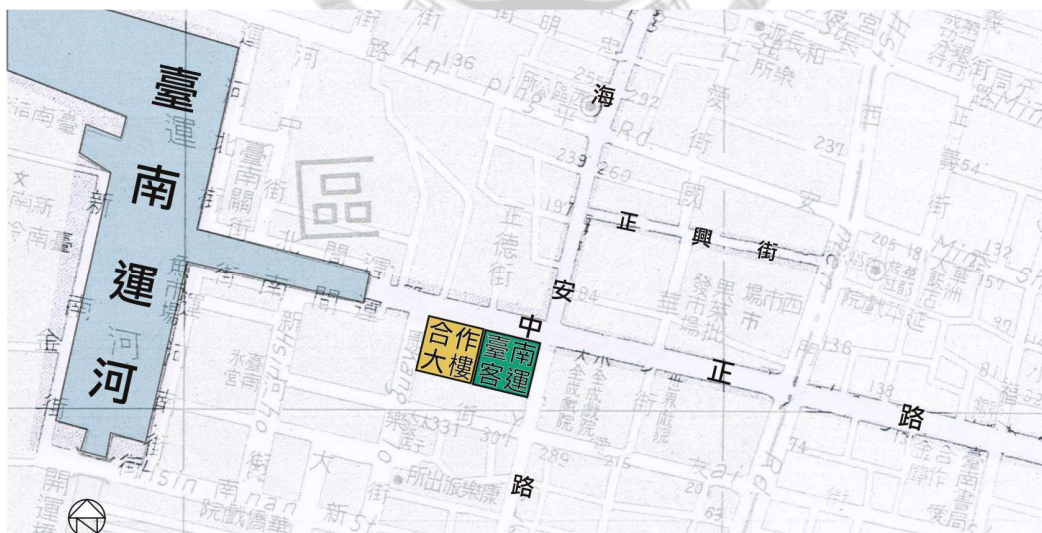


圖3-17：臺南客運位置圖。現今的年輕貴族早期是臺南客運
資料來源：筆者繪製，2012。底圖：民國59年地圖。

¹⁵從香港流傳過來。指入時、貼近潮流的意思，在報章雜誌報導潮流消息時經常會用到，多指受時下年青人追捧的事物。香港網絡大典

在《卷三政事志交通篇》關於臺南汽車客運公司的介紹，該公司創辦於民國十八年一月二十二日，原名稱為臺南搭區司株式會社，為一純民營之交通事業機構，經營臺南市區公共汽車、長途客運汽車、遊覽出租大客車、及小客車出租業務等四項，民國二十六年九月將小客車出租業務出讓。民國二十九年十一月，公司名稱改為臺南乘合自動車株式會社，嗣於民國三十一年四月，收購本市台灣自動車株式會社全部長途客運業務及設備等，合併擴大經營。民國三十六年，公司名稱改為臺南汽車客運股份有限公司，並經台灣省公路局核發汽車運輸業執照…。這一段文字敘述中，約略從名稱來推斷，當時日據時期在這個地方設立了客運公司，直到光復時期，即改名為臺南汽車客運公司。

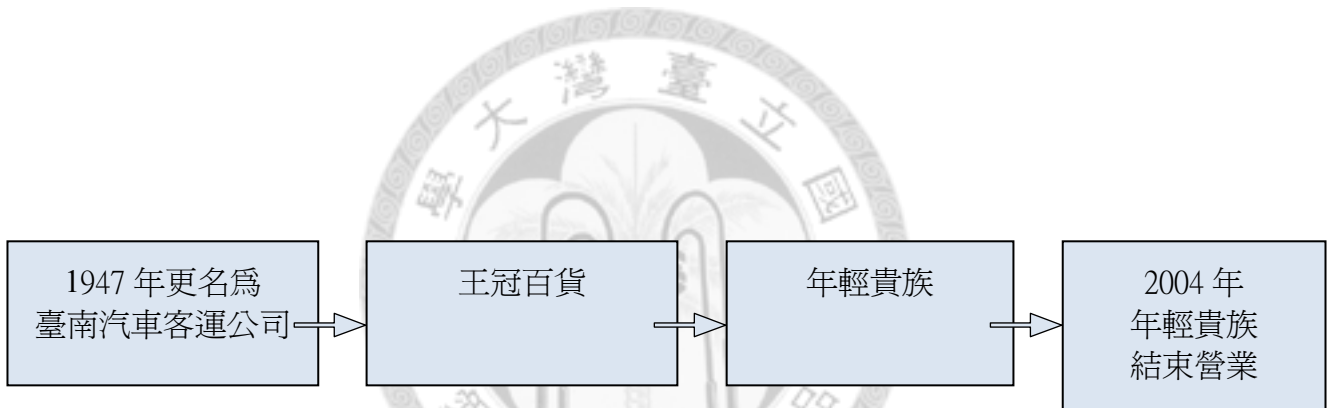


表 3-3：王冠百貨商業空間演變

3.中國城

1960年代前期，此區幾乎是大臺南地區經濟、商業與交易的活動核心。直到1980、90年代，中正路陸續有許多商業建築及商場的開發，也確實帶來新的商業形式，出現新的經營形態，像是街中街的精品店（今日精品街、巧立精品街），複合式商場（年輕貴族、歐洲精品大街），這些利用傳統街屋改裝而成的賣場，通常只有一、二層樓，是由許多小巧的精品店或專櫃聚集而成。現今尚且有奚奚落落的人潮，以及大多閒置的店面。

在1926年的日據時期，中正路由於運河的開發，帶來大量人潮與商機。當時可從安平港順著運河到達市中心區從事商業交易之活動。而中正路西端在當時便是運河深入市中心街道的地點。在尚未興建起中國城以前的中正路，可從東端直接眺望運河，景色十分優美迷人。



圖 3-18：民國五十年左右，運河盲段的中正路街景 攝影／梁焜松
圖片提供／財團法人臺南市文化基金會・臺南人百年老照片資料庫

但由於早期都市發展定位不明，在盲目地追求高都會區-台北、高雄的心態下，犧牲了唯一可從市區欣賞到水岸景色的運河盲段。1980年所出版的臺南市主要計劃通盤檢討說明書中第五章「交通運輸計畫之檢討」中提出：「為配合興建商業娛樂大樓，提高整筆土地之整體規劃使用，宜將中正路西端座落運河盲段部份廢除，變更為商業區。」（臺南市政府，1980:49）。而隔年的「變更及擴大臺南

市主要計畫案說明書」則實現該項建議。市政府以「考慮聚集利益，便利居民購物，發揮商業機能，加強中樞管理、娛樂、觀光等功能」的偉大目標之下決定「中正路西端原東西向凹入中正路的運河，面積約0.9公頃，應予以填平後供商業使用，為中心商業區的一部份，其出售土地所得的地價收入，可供改善運河水質之用。」(臺南市政府，1981:80-81)。這也就是現今中國城開發的由來。

而在1983年12月28日興建的中國城，是一棟結合商場、遊藝場、電影院、旅館、辦公及住宅等多種機能的建築物，初開幕時曾有一陣子的熱鬧景象，尤其是地下商場。

「下面那時候還有很多小吃，小吃服飾都滿多的。那時候算比較流行的東西都在中正路上，這邊的下面算是整個集散地，也有娛樂場所，也有賣衣服賣鞋子，還有一個冰宮，等於是綜合型的娛樂場所。……這些是我20年前的記憶。就剛出社會，20歲左右會來這裡。那時候約民國75-80年。」

(黃偉)

「地下街也很熱鬧，以前有溜冰場，小朋友還很小就知道要來這裡溜冰。也有很大間的電動玩具，還有賣衣服的賣吃的還有牛排館，每一家生意都超好的，都客滿。記憶就是就是很熱鬧，想吃什麼就有什麼，每一間都有在營業，要買什麼就有什麼，有賣衣服鞋子，吃得最多，真的好好玩喔。比以前小北夜市還好玩，還漂亮，還更多可以玩。

像今天禮拜五，那時禮拜五來的時候，每一間都是人，星期五六日每天都是人，晚上營業到十點半就關門了，早上十點開門。吃也在這玩也在這住也在這。」(鄧小姐)

在近日，由於經營管理不良，前、後棟一樓商家幾乎呈現閒置歇業狀態，除了面臨馬路的店面有零星店家營業之外，一樓內部的店面已經全部停業。而地下商場空間的使用，現在僅剩一家小吃攤在營業，以及由原本是服飾業、遊樂場及電玩歇業之後變成的卡啦OK兩家。地下街已經沒有商業活動跟人潮，整個空間感

覺狹隘與昏暗，整體中國城的形象已經呈現衰敗、混亂，商業使用效益不但沒能達到當初中國城開發的偉大目標，反而成爲都市紋理中一個難以處理的燙手山芋。

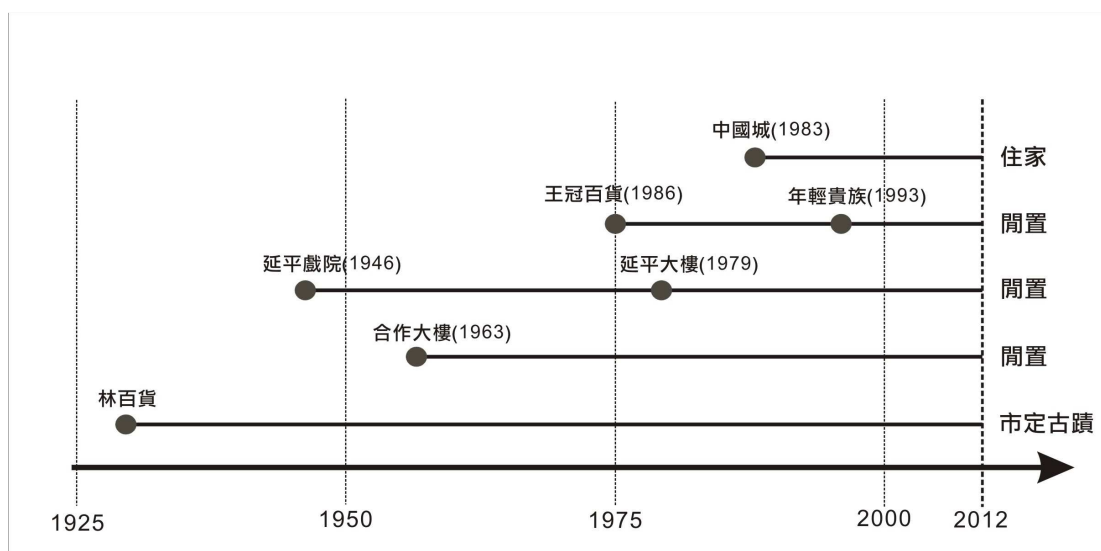


圖 3-19：中正路各商業大樓狀態
資料來源：筆者繪製，2012

第四節 生活概念、氣氛

正當中正路上的商業活動呈現一種沒落、衰退的時候，位在中正路旁的正興街上，在假日或是週間中午過後，這裡卻總有人群在這條街上聚集或是漫步，似乎有一股新風潮在這裡正在產生。

一、現況與商業組成

小時候的正興街，是我放學回家的路上，它是一條繁華褪去的小街，是五條港為台江陸化之後所留下的河道。早期的正興街和其他台南市的許多小巷弄一樣，是非常彎曲的一條街。現在大家看到的正興街，除了西門路口約到國華街的淺草新天地那一段是以前就存在的之外，後面的正興街因為政府政策將馬路拓寬之後（圖 3-20），變成現在所看到的樣子。現在所看到正興街的這條路，大部分是把房子拆掉之後所空出來的空間，仔細一看可以發現，後段靠近海安路的房子其實都比較新。這些房子當中，有人房子被拆了一半，泰成水果店則是把原本家裏的院子給拆掉，蜷尾家所在的老房子，當時是卡在正興街主巷與分巷的一間正對路沖的房子，所以坐向和別人家不一樣（圖 3-21）。



圖3-20：馬路拓寬之後，正興街一分為二
資料來源：筆者拍攝，2012



圖3-21：蜷尾家老房子的坐向
資料來源：筆者拍攝，2012



圖 3-22：正興街上的商業組成
資料來源：筆者繪製，2012

從2008年的西市場謝宅，2011年的 IORI 茶館IORI TEA HOUSE 在正興街上、旁邊是蜷尾家，對面是泰成水果店，靠近西門路有佳佳西市場跟西市場謝宅。近海安路有彩虹來了。很多人慢慢的發現正興街，這條藏在西門路、中正路、海安路中間的一條小路。

佳佳西市場旅店前身，是建築師王秀蓮在 1970 年建造完成，之後由設計師劉國滄進行改造。再加上老屋欣力的緣故，因著老屋風潮，開始有店家進駐。一開始因為佳佳西市場旅店，還有臺南西市場的謝宅，有了這兩家旅店的名氣，逐漸開始吸引人潮和商機。隨後加入了彩虹來了，是一家品牌概念商店，以創造一件發自內心感覺到舒服的衣服，就像看到彩虹般的概念製作一件衣服，從布料、剪裁、到包裝出貨，全都是台灣製造，原本是在網路販售，不過在 2010 年決定在這裡開始經營實體店面；再來是 IORI tea house，是一間將茶飲結合老房子的地方；緊接著，前身是打開聯合工作室的正興咖啡館也在 2012 年 4 月隆重開幕。正興街開始不一樣了。

二、正興街的生成元素

1.老屋風潮

2008年古都基金會以「老屋欣力」為主題，主辦了第一屆系列活動。什麼是「老屋欣力」，古都基金會在網站上這麼說：古都基金會舉辦「老屋欣力」獎的構想，是希望透過對歷史環境活化與再生實際案例的推薦，來肯定有心的經營者或老屋所有人對文化保存和開創的努力，也期待能鼓勵老屋再利用的潮流，讓一般民眾更懂得欣賞、懂得珍惜。「老屋欣力」的定義：1.老屋—年代久遠，具歷史的老房子，且能獲得妥善保存。2.欣力—為滿足當代使用需求，而有增修調整內外空間樣貌，使用機能等作為，且能具體看到新舊融合的良性改造成果。

為了促進歷史城市的文化保存與生活品質，推薦了多處府城舊建築再利用的案例，分別由專家和民眾評選，更是為了鼓勵民間與官方一起來創造老屋新生命，營造古都魅力。據古都保存再生文教基金會表示，在這歷時一個半月的票選活動中，參與投票民眾幾乎遍布全台各縣市，年紀跨越老中青少四代，從七歲到八十五歲都有。由「老屋欣力」所衍生出來的效應是前所未見的，截至2012年已經辦了三屆，老屋再利用的案例也成長到50家之多，老舊空間的再利用獲得了眾人目光，引起社會各界的矚目與廣泛討論，來臺南除了穿梭在老巷弄裡、吃吃老店鋪更可以賞老屋，成為臺南文化旅遊和生活體驗不可不到的新地標。

因為老屋欣力阿，所以我就知道佳佳西市場旅店，才知道這條路，後來知道這裡有賣冰，所以帶同學來……（陳冰同學）

幾年下來，台灣各地由普羅大眾所自發的歷史空間保存活化行動，正持續地發酵擴散，形成一股再造生活場域的新風潮。而正興街也因著老屋風潮，應運而生。一開始是佳佳西市場旅店，接著臺南西市場的謝宅，在幾間知名店家進駐後，逐漸吸引人潮和商機。隨後有了彩虹來了、IORI tea house，緊接的2012年4

月，前身是打開聯合工作室的正興咖啡館開幕，不只是販售咖啡，更是由財團法人二十一世紀基金會與愛吃愛玩的臺南城市作家「一哥」王浩一團隊，獲選交通部觀光局輔導的「南區國際光點計畫」，所成立的南區國際光點辦公室。前後短短不到3年，正興街也已經不同以往了。

在《偉大城市的誕生與衰亡》書裡寫到，一座城市要正常運作，會需要新舊建築並存，會需要各種不同工作性質的人，舊市區是城市發展的核心，房子隨著年代開始變老，但人們的生活不會改變，大家還是很習慣去市中心買賣以及工作，但是對於剛創業的年輕人需要在市區內接近人潮的地方，這樣才可以生存，剛好老房子租金又比較便宜，於是老房子變成了城市運作的孵育器。（引用自倫敦男孩）

2.故事性

走進這裡，你所置身的每一個角落，所觸及的每一個物件，背後都有好長的故事可以說。

「……這棟房子是我爸打拼買下的，是我們謝家的「起家厝」。阿這個樓梯，將近85度，很陡又小，當時為了盡量將空間留給一樓店面做生意用的，就要讓座生意的空間大一點，完整一點……之後因為考量現實需要，全家只好搬離這裡……」（謝小五）

我因著好奇，所以跟著同學也去住了謝宅，就算離我家只有2分鐘的距離。當謝小五一邊拉起鐵門，嘩啦啦～發出鐵門聲的同時，謝小五也一邊說著這裡的故事。

「以前海安路還沒拓寬時，我們就在你們家對面（研究者家）那邊賣水果了，那個時候，合作大樓那邊很熱鬧，還有很多表演跟秀場，像那個澎恰恰阿，胡瓜他們，晚上秀場結束，都來我們這裡吃水果，那時候，胡瓜還只是小跟班而已……有時我們打烊喔，他們來叫我們切水果，我們還不一定切給他們……」（水果店老闆）

泰成水果店老闆，一手削著水果一邊招呼客人，嘴裡一邊向我們說以前的故事。

這裡還不只空間有故事，就當我們去 IORI 喝下午茶時，從小五的口中得知：

「不只空間，IORI 的茶食、冰淇淋，也都是臺南在地的店家，每一個店家的背後都有一個故事。」

這裡的產業往往附著動人的故事，故事多到聽不完，可以是經營者自身的故事，一個地方的傳說，店家積累的傳奇，或產品本身的故事。相較於說不出任何故事的「個性商店」，只是成功的複製品，沒有可以傳頌的故事，產品本身就難以散發出獨有的魅力。而這裡故事性本身，深度的把握了消費者心理，再現生活情境，利用典型個案來達到共性認知，當產品與社會價值（social value）或有意義的故事連結在一起時，消費者往往能從中感受到更高的附加價值。

3.與在地文化結合／在地性的生活感

「……老房子要結合在地的生活，就像大菜市，假如謝宅沒有在大菜市裡，就沒有那麼特別了……」（謝小五）

以台南在地文化特色，結合現代元素用在商品上，強烈的連結著在地文化特色。這樣子的一個生活風格主張，或是利用文化符碼的力量，都暗示著對這個地方的強烈認同。企圖將這個區域的文化，透過空間、透過商品，所傳遞給其他人，能夠有一種新的社會想像。

4.新穎產業

其實老屋保存與商業化的衝突，也是每個老屋經營者會面對的課題，但也是一種新的產業。很幸運的是，這些老屋的經營者，都能在商業化之外，保有某種程度的使命感。另外，他們不站在營利的角度去經營，他們反而會是放出空間，給真正需要，或是會去真實享受體驗的人，例如在店裡撥出一區，放置在地文藝訊息，或提供場地，讓藝文團體或文創工作者，能展示自己的作品，這些民間力量，都展現出了臺南的新生命力，更是一種以新的思維去經營這個空間及這個產業。

5.獨立性

另外，這裡的店家不僅不以擴展分店為尚，其本身也必然有著難以複製的基因。這些都可以說是經營者獨到的手法，可以是一段精彩的故事或夢想，更可以是具有創意的產品區隔。他們非常清楚自己的優勢和價值，他們不會想要以擴大營運規模或擴展分店作為主要經營目標。

我們在意的是他是不是你的客人，之前媒體採訪會問說如何追求更高的人流量，可是我就說我是要追求更高“對的人“……（高耀威）

曾經有個客人坐在這裡坐了四個小時，然後看完之後他把書闔上，跟我們說：謝謝，這裡真的很棒。然後，他離開了，他沒有買，我們應該要對他感到憤怒嗎，不會阿，我很喜歡這樣子，我覺得他很給這個空間面子，他覺得坐在這邊是舒服的，你看一整天有這麼多寶貴的時間，他在你這邊四個小時，我覺得對我來說是好的，我很滿足這樣子，所以我不一定要追求他一定要產生消費……（高耀威）

他們所經營的目標，是因著消費者的認同，認同這個精神，認同這個氛圍，認同這個空間，他們覺得順便消費這個“順便”的過程，沒有帶著情感價值，反倒是一種浪費。簡單地說，他們有著強烈地堅持或精神作為定位與訴求反映在產品上，這是不可被複製的。

三、吸引經營者的元素

1. 放慢生活

在訪談彩虹來了經營者時，不時會聽到高耀威提到，臺南的生活模式是他所喜歡的。他所追求的是一種屬於自己的生活態度，他所嚮往的是一種簡單恬適的生活步調，他所選擇的是放慢速度來生活。

收入少了褲帶勒緊一點，開銷少一點，這樣子，我覺得這件事情只有臺南辦得到。生活上的開銷，你看這裡 50 塊、60 塊可以吃到一個便當。在這裡生活給我很多啟發，也因為這樣可以慢下來。（高耀威）

慢速生活的概念，是對於典範生活的反思脈絡下，所發展出的新生活方式。「慢活」一詞源自於歐諾黑 Carl Honore 著作的 *In Praise of Slow* 一書中，在書裡頭可以清楚知道，慢速生活並非歐諾黑一人所單獨提出的概念，而是依據各國提倡慢速生活的群體行動，歸納成流行概念的一本著作。歐諾黑 Carl Honore 藉由這本著作將慢活的概念推向全球。所謂慢活指的並不是所有事情都「牛步化」，而是一種平衡的哲學，也就是說該快的時候快、能慢的時候慢，「是一種音樂家所謂的正確的速度 *tempo giusto* 生活」。慢活者提倡捨棄長久以來現代或都市生活如「加速器」般的速度，而以「正確的速度」過活，能夠比較健康也比較快樂。

正興街上的這群年輕經營者來說，大多強調以追求「個人生命」為主軸的生活方式。他們企求的是能夠對生活有所掌控，能夠充分掌握自己生活的方式與步調，就像高耀威說的：「在時間上、在財物上，你都擁有很高的自主權，就是你可以決定你要過怎麼樣的生活。」同時又不需要擔心缺乏金錢或資源上的支撐，甚至能夠有機會再做另一件自己想做的工作。符合這種經濟型態的最佳生活模式，正是這種慢速生活步調。

2.在慢速也創造產值

這裡高耀威講述了一個他自身的經驗，他認為這裡所能支應他所想要的環境，不僅可以放慢速度生活，不會被時間的速度追著趕，重要的是，可以在創作中堅持他所想要的品質。唯有這裡的環境，才能夠支應他所想要的生活方式。追求在慢速中創造產值。

你在想東西的時候會更純粹，你在想一個商品的時候，像我們去年跟一個建築師事務所合作，開發一些襯衫，如過我要更汲汲盈盈一點，因為店一定要一些新的東西跟開發才能生存，問題是我為了求那個速度，我可能有一些東西要妥協，像那件襯衫，我為了一顆扣子，我找了三個月，我如果在台北生活，我會因為害怕跟恐懼，沒有辦法作這件事情，會想說算了，那棵扣子捨棄好了，這個扣子也不錯。可是我在台南就能做到 13 個月才作一件襯衫，一個扣子找了三個月。其實中間是找到了，可是在中間刻一個字，找不到人刻，因為大家都做不到。後來找到了一個 88 年的雕刻老店幫我刻的，阿他一天只能顆 10 顆，我就等他，然後慢慢作、慢慢作，然後就作出來了，數量不多，得到一些迴響，我覺得這樣就很滿足了。

（高耀威）

3.是工作也是生活：

現代社會在不知不覺中都被要求要有速度、要有效率，必須在時間內完成規定的工作，各種組織都有十分嚴密的時間表不斷規訓人們的行動，像是，學校課表、行事曆、飛機與火車時刻表。透過鐘錶時間、精密的機械時鐘來運作每一天的時間，在不同的時間該做不同的事，而我們生活中所有的事物也依循時間表運作。每個人都被時間表所控制著，每個人都必須按表操課，無形中成為現代社會讓人們理性、守秩序、守規範的一種方式。

時間表的誕生，代表人們的生活方式出現轉變，相差一分鐘或是一秒鐘可能就會造成損失，例如，金融市場。甚至在各種競賽項目之中往往就是競爭差距不大的微秒之間。因此「時間安排就是一種生活方式」(Honore, 2004)，為了擺脫急速的時間安排所帶來的壓力，人們要求工作與生活切割開來，企圖在非工作的時段尋求片刻的休息。

對於會選責將生活及工作的時間混合處理的經營者，認為工作方式不一定要像大企業一樣，一定得坐在辦公室或工廠才能完成，工作中有大部份的時間是在思考、尋找創作想法，因此他們發現工作和生活本為同一件事，是無法作切割的。他們試圖找到他們想要的，不僅對自己對社會甚至對地方都能有所堅持的生活方式，他們發現他們之所以能夠持續工作，所尋的就是工作跟生活上的平衡。

我以前的老闆他開四部千萬跑車，然後住億萬豪宅，可是他身不由己，我去找他，他問我最近再幹麻，我說開一間店在臺南，他說我也好想喔，我就說依你的財力，你想在台北開一百家店都可以吧，可是他就作不到。然後最近他又問我再幹麻，我說最近去旅行，他說：我好久沒旅行了，我就說，你隨邊都可以包一台飛機出去環遊世界，可是他就是做不到，他就是有很多的現實考量，他沒有很多時間，他要營運公司，他有很多壓力……

(高耀威)

可是好多人不能放下，如過你越能放得下，你就離成功越近，如果你甚麼東西都抓在手上，你就更抓不到自由……

4.特別的空間場域

謝小五說：這是一條會說故事的街。在空間尺度上，街不如路寬，不比巷窄，不像道路的直接，也不似巷弄的私密。以空間來看，適當的距離，容納正好的人情，引發適度的紛擾，產生適宜公開的故事。這裡容納許多人文風景，有歷史故事的流傳，有當地人文風情習俗。「這是一條連臺南人也不太曉得的街……，從街頭走到街尾，不算太長，慢慢逛，十分鐘就逛完了」高耀威這麼說著。在這適當的長度，適當的距離，空間變化豐富，也具有著人性化的空間尺度，對旅人們來說，這裡或許有著美食及文創商品相互烘襯，對我們這裡卻勾引出童年記憶中的拙趣。

第五節 小結

在這個章節，利用商業行為跟商業空間，去看與「中正商圈」範圍的關係。發現消費脈絡有下面兩點的轉變：

一、消費空間演變

在清領時期，城市裡生鮮食品 and 民生物品的買賣主要是透過城門通衢要道和廟埕市集的攤販。所以，因著五條港的優越地理條件位置，在廟宇附近就特別容易「結市」，形成市集，因此造就水仙宮這樣熱鬧的市集。這個時期尚未有市場的規劃與管理概念。日治時期，日本政府積極進行各項規劃和建設，針對攤販衛生不佳、妨礙觀瞻及阻礙交通等問題，訂定了公營化的市場政策，不但禁止新設私人市場，同時還嚴格取締攤販，正式開啓了臺灣公有市場的序幕。台灣最大的市場是明治 38 年（1905）建於西門町上，經過衛生保健及清潔衛生的考量所選的區位，也就是後來的西市場。

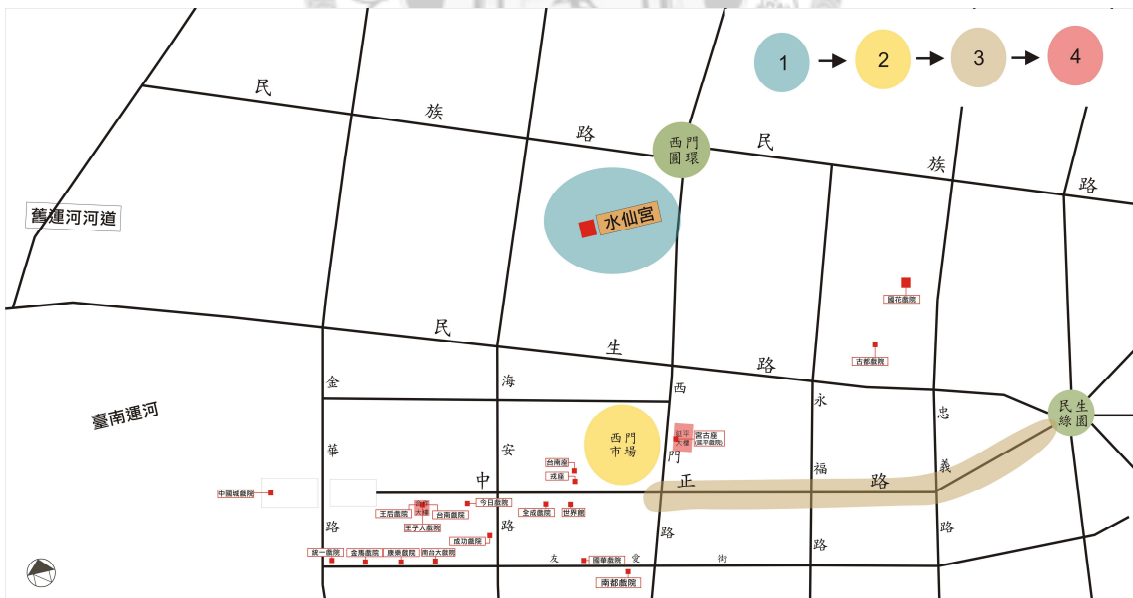


圖3-23：消費活動變遷
資料來源：筆者繪製，2012

二、從需要到想要／慾望的消費

不論是市集還是經過管理的市場，這個時期的消費空間，是社會爲了販售日常生活所需要的物品而所創造出來的空間。需要是我們人類最基本的東西，也是人類的共性，所以市集跟市場，是提供我們日常生活買東西所匯聚的空間。當拋開原始社會，最一開始的需要開始轉變時，空間也跟著改變。因著市場開始不敷使用，加上開始尋求購物人的舒適空間，由市場擴充到了賣店，從日常生活的需要開始變到需求。

漸漸的，賣店大幅擴張，每個產品都有屬於自己的展示攤位或說是空間，販賣的商品繁複多樣，各色各樣的商品都是爲了取悅消費者。但這些總是零星而暫時性的存在。不過，它們的影響延伸到了更爲廣泛的且恆久的領域，尤其是商業百貨大樓。將分散的零售商匯集成一個消費空間，將先前的市場、賣店集聚在一個永久封閉的空間。不僅消費商品，緊接著「娛樂」也一併納入，此時，不是只有消費還有休閒。

然而，特定空間的意義顯然會隨著時間而變化。過去，空間是用作販賣商品的；現在，空間本身成爲消費的場域。從販賣商品，到販賣「空間」、販賣一種「生活風格」，甚至販賣一種精神。

從產品的不同階段來看，產品初步進入市場，最開始肯定是以基本的需要來滿足市場的，但到了一定階段以後，就變成以需求爲基礎的了，再到後來就會變成以慾望爲基礎了。

第四章 認知與範圍

我／研究者認為「中正商圈」的組成、型塑或是分佈，其存在有些部份是跟認知有關，所以在本章節裡頭，會書寫關於受訪者對於「中正商圈」的認知為何？本文將訪談過程當中，受訪者對於「中正商圈」的認知，暫且分為**以歷史事件為主體的認知**、**以商業活動型態為主體的認知**以及**感覺認知**三種，拼湊集結出對於「中正商圈」的經驗陳述。另外，也試著去解釋，是什麼原因讓他們有這樣子的認知產生。

第一節 以歷史事件為主體的認知

一、自己經歷的

「以前的中正商圈就是所謂的中正路西門路那邊阿，其實像我們永福路過來這一帶，永福路到忠義路這一帶，就我們這一帶好像日本的東京的銀座，我們這邊不是商圈而已，我們這邊是有貴氣的地方，……這裡賣得是比較高檔、高規格的東西……」（十全行老闆）

十全行，為一間最早販賣日本進口雜貨的老字號商行，在臺南市中正路上已經經營八十幾年了，在最早一開始，是販賣南北雜貨的店舖，近來年隨著消費型態的改變，逐漸轉型除了日式本進口雜貨外，也販賣各式年貨商品、南北貨、進口加工製品。

「日據時代這邊是銀行不准進來，醫院診所不准進來，只有商家可以進來，商家你要參加公會，每天上午八點開門，下午五點關門……。光復之後各行各業就進來了，那時候好像臺南市只有這條路有店而已阿……」

（十全行老闆）

十全行這家店面就位在忠義路與永福路之間的路段上，從日據時期就存在的店舖，經歷過日人在臺南大肆從事市區改正計畫，是屬於第一期末廣町二丁目店舖住宅工程。當時日本人開闢此商店街的企圖強烈，依據當時報導，末廣町為全臺南市第一批整體規劃之商店街建築群，引進了各式各樣的商家加入，如百貨行、藥局、酒類卸商等。對於當時而言，此區所販賣之貨品大多為自運河輸入之進口舶來品，對於臺南人而言洋貨是非常新潮的商品。

因為十全行經歷過這段優越的時期，在他的認知裡，他會認為所謂「商圈」是延續日人的銀座而來（圖4-1），因為末廣町二丁目開發的成功，才能引入許多其他居民前來投資，也才能使得1938年左右完工的末廣町三丁目，將商業氛圍銜接到西門町的商店街。

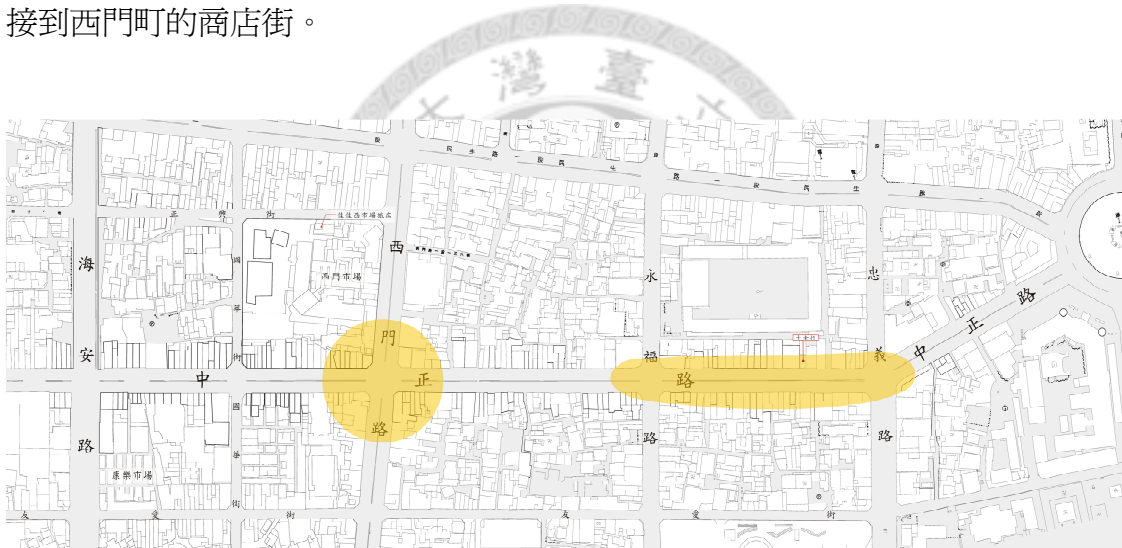


圖 4-1：十全行老闆的認知範圍
資料來源：筆者繪製，2012

二、經驗傳承：二手的歷史事件

「民生綠園開始一直到中國城……，因為那是日據時代的“銀座”。」

「問到商圈，我會說這裡雖然不算是我們耳熟能詳的商圈，但是在從前從前，這裡試圖將過去的記憶帶給人們，……因為臺南算是文化城吧，要說的話，要用另一種方式傳遞訊息，所以我會以日據時代的銀座為主」

（施小東）

這位受訪者是二十多歲的研究生，本身並沒有住在中正路上。對他而言，「中正商圈」已經不是他所熟知的商圈。他更沒有經歷過日據時期，所以他利用所謂文化記憶的方式，使用過去社會記憶帶給他的印象，利用文化記憶來建構「中正商圈」這個地方。他將他的記憶認知看成是一個和文化、歷史等範疇緊密相連的概念，他以歷史事件當作記憶對象。所以在文化記憶上，他認為「中正商圈」是和日據時代的「銀座」是有相關性（圖 4-2）。



圖 4-2：施小東的認知範圍
資料來源：筆者繪製，2012

所以，從歷史事件為主體的認知上面來看，我們知道透過親身經歷的歷史事件，與接收到的、二手的歷史事件，會使得有些人對於中正商圈的認定範圍產生一個是從忠義路到西門路，另一個則是從圓環到中國城兩種不同的認知範圍，雖然都以同一個歷史事件去界定，但依然在「認知」與「範圍」上有所差異。

第二節 以商業活動形態為主體的認知

這裡要談的是，受訪者們對於商圈的認知是著重在這個地方可以看電影，這裡可以買東西，那裡可以「作」什麼又「作」什麼……，他們用消費的行為來認知商圈位置。所以在這第二節會描述，受訪者會來這裡做什麼消費活動之外，還會分析這樣子不同的認知是如何產生的。

一、看電影

看電影是一種娛樂，而娛樂是研究文本的一個特性所在。在第三章粗略地了解到電影院／戲院的現況背景描述。知道當時中正路的戲院密度之高，還被當地冠上「電影街」之稱。現在的中正里，過去名為「電影里」，由此可知，中正路在當時是相當熱鬧的地方，聚集著當時主要的娛樂活動之一——就是去戲院看電影。

「跟女朋友要看電影的時候，就會來這邊阿。那時後之前，就是小北還沒弄起來之前，就是國花戲院和中國城戲院，早期這裡還有南臺南都（戲院），……這裡算熱鬧，就是那時候看電影一定會來這邊，看完電影還有東西吃，然後逛一逛……」（黃偉）

「這裡可以吃東西，可以逛街，又可以看電影。通常都是先看個電影，然後去旁邊那個國華街吃東西，然後在走走逛逛，這裡假日總是人很多……，我們就這樣繞一圈，……」（鄧小姐）

他們利用路徑推演，連結他們會去的地方，來形塑他們所認知的商圈範圍。以「空間主導」的方式，利用路徑來連結空間。

二、逛街

詹宏志（1989）將逛街認為是一種沒有特定交易目標的預備購買行為。一個人在街上閒逛，瀏覽街頭的商店及其陳列的商品，他可能購買其中某種東西，但也有可能空手而返，為的只是東看西看打發時間（for recreation），為將來的購買收集情報；或是專門為收集知識（to get information），想要知道市場上有甚麼新產品，功能以及運用的情形。

這種行為和傳統的購買行為是不同的。二十年以前，我們不會聽阿嬤說「我到雜貨店逛一逛」，不可能。在早期，我們的消費都是有目的的，只要一進門，老闆劈頭就會問我們需要什麼，我們總是立即回答：「要一包糖和一包鹽。」

“因為可以逛街”所以形成商圈的概念，這是邱太太她對「中正商圈」的認知：（圖 4-4）

「有一天我在教完書回家的路上，看到一群我中華醫專的學生，我問他們

怎麼在這裡，他們說他們在逛街，我才意識到逛街這件事，而那個時期，可以逛街的地方應該就是從國華街一直到中國城……」（邱太太）



圖 4-4：邱太太的逛街認知範圍
資料來源：筆者繪製，2012

曾蘭淑（2011）在研究中提到，認知是個體經在外所傳達之訊息刺激後，在將此訊息處理的內在連續過程後，對此一事物的知覺與感受視為「認知」。對於 31 年次的邱太太，小時候就住在中正路上，她同時歷經傳統的購買行為及逛街這種很現代、很都市的行為。所以可以逛街的這種新思維，衝擊到她原本有目的性的傳統購買行為時，邱太太這個體，經外在所傳達的訊息刺激後，經過他的內在處理之後，自然在問起她關於對中正商圈範圍時，她直覺用“可以逛街”來呈現。

逛街變得不是只是一種消費方式，也在無形中界定了「中正商圈」。

第三節 「中正商圈」的什麼感覺

這裡所描寫的是受訪者對於「中正商圈」的記憶，著重在感知上的認知，沒有經濟活動產值的，是故事性的，有記憶的，屬於特殊事件的。透過各層事物與人之間緊密且具有經驗連結、感覺連結而創造出對空間的感覺甚至衍生出的感情，陳述「中正商圈」似乎不再只是提供娛樂消費的商圈而已，而是連結他們日常生活經驗的空間場域。

一、流行

「……當時這裡賣得東西都是屬於比較潮流的，是北部比較新的東西。就是中南部還沒流行起來，這裡可能就有在賣。現在城鄉差距比較沒有那麼大，10幾年以前或20幾年以前，臺北流行的東西到臺南要流行的話，至少要差 1 個月以上，那時候資訊沒那麼發達，東西流行會慢一步。像之前流行什麼奶酪，北部發燒 一個月之後，南部才開始，像蛋塔也是，差不多都是差上一個月以上。」（黃偉）

「以前這裡賣的衣服很辣，是流行的最前線，很多小姐都會來這裡買衣服……」（陳媽媽）

上面兩位受訪者一個是三十多歲的先生，黃偉是以一、二十年前，他陪著女朋友來逛街購物的回憶來認知「中正商圈」。另一位陳媽媽則是本身全家人就在中正路上開服飾店的緣故，去描述對「中正商圈」的認知。在他們的回答中，他們用「流行」來界定「中正商圈」的範圍，可以看出來當時提及「中正商圈」，就等於是和「流行」、「前衛」、「新潮」劃上等號。而他們所認為的「流行」的範圍，都是從中國城一直到西門路。當時在這裡聚集了許多服飾店及百貨業，販賣的都是時下最流行的。

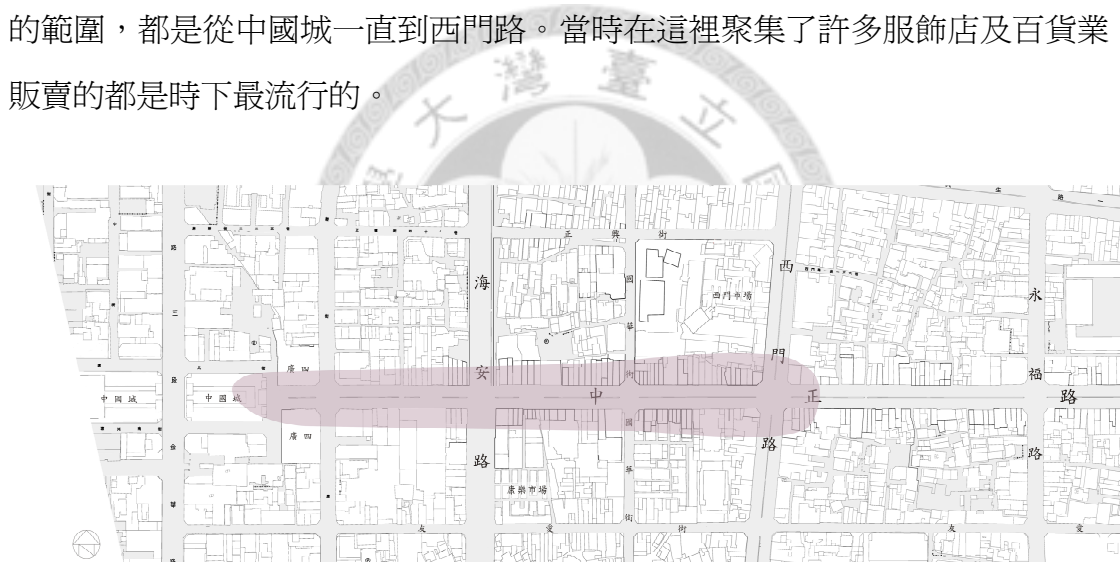


圖 4-5：流行的認知範圍
資料來源：筆者繪製，2012

可見這裡所流行的商品，形成某種被認同、被接受也受歡迎的，是當下廣為社會大眾所採納的一種形式，或是風格語言。這裡的流行文化不僅是文化產品形式，也帶出他們的生活經驗。Grossberg (1997) 在 *Dancing in spite of myself: Essays on popular culture* 提出，流行文化又屬庶民文化，庶民所連結的每日生活是結構性的流動 (structured mobility)，也是人們在其中生活的空間和地方，因而流行文化代表了制定與提供活動 (變遷) 及穩定 (作用) 的特定形式和軌道。所以，**流行本身就是一個文化場域。**

在這裡，「中正商圈」代表著是一個流行文化場域，不但是可以快速且直接反應當時社會環境變遷及時代潮流的趨勢，是一種流行的指標之外，更是每日連結著廣大人民在其中生活的地方和空間範疇。

二、熱鬧、人很多

「我覺得就是中正路左到一旁友愛街跟右邊海安路，這樣而已。純粹覺得那邊以內是熱鬧的範圍，如此而已。（圖 4-6）」（俞小羽）



圖 4-6：俞小羽以熱鬧為主體的認知範圍
資料來源：筆者繪製，2012

「從西門路到我們這邊阿。以前中正路熱鬧、西門路熱鬧，只要放學之後大家都來這裡逛，就這樣一路逛下來，吃得穿的玩的都有……」

（圖 4-7）（陳先生）



圖 4-7：陳先生以熱鬧為主體的認知範圍
資料來源：筆者繪製，2012

「熱鬧」，我們通常用來形容人多而且鬧哄哄的社會情境。在這裡，受訪者透過一個形容詞，藉著語言的表達，將人的行為、認知、情感凝結在某一特殊的時空。這裡所謂的「某一特殊時空」，具體而言，就是某一種特殊的社會情境。

他們不是用自身的經驗，不是用自己的記憶，取而代之的是用「熱鬧」、「人很多」來指認中正商圈的範圍。潘英海（1993）提到，「聲音」、「人潮」、「活動」可謂熱鬧的三個基本要素。這裡的「聲音」不僅只是聲音而已，「人潮」不僅只是一群人而已，「活動」也不僅只是活動而已，因為「聲音」、「人群」、「活動」都有其特殊的意義，而這個熱鬧的意義是透過事件來體現的。換句話說，他所隱含的意義不僅只是一件事情的發生而已，是一群人在某個時間、某個空間，依循一定的文化規範，所「製造」出來的事件。這個事件是讓人去參與、去體現一群人所共享的某些文化價值觀，並凝聚個人與群體之間的關係。

在這所謂「熱鬧」的氣氛當中，不論你是站在一旁看熱鬧、湊熱鬧、還是製造熱鬧，都會建構起「我群」的意識。不論彼此相識與否，都處於一種共同、共通的情緒狀態中。這種共同、共通的情緒，組成了某一特殊時空下的某群人的我群意識與情緒。這裡頭，形成了新的人群關係，是社會結構的另一種呈現。透過熱鬧，不論個人的自我與其他人的自我，有了共同、共通的情緒，都能形成集體性的「我們」。也就是說「熱鬧」是透過互動關係所建構的集體性。

所以，當受訪者用「熱鬧」、「人很多」來指認中正商圈的範圍時，就代表著他們用個人與集體之間的轉化與連接，使用互動關係所建構的集體性，來認知商圈的範圍。也就是說，透過**人群關係的重組來認知商圈的結構**，也可以說是一種**商圈表現的型態**。

第四節 小結

這一章在說明受訪者心中對於「中正商圈」都有不一樣的認知範圍地圖。有的人是透過以歷史事件為主體的認知，當中還分為自己親身經歷過的，與自己沒經歷過的、是二手資訊的；有的人是透過以商業活動型態為主體的認知，像是他們會來這裡看電影，或是逛街、吃東西等；有的則是因為這裡「熱鬧」、這裡「流行」，來勾勒商圈的範圍。

透過本章節的圖面描述，第一：可以清楚知道「認知」會因為受訪者外在不同環境的情境而有所影響，也會因受個人的特性與內在因素也有所影響。會影響受訪者對於中正商圈認知的因子初步有「年齡」、「住的位置」、「經歷的事件」、「身份／角色」等。

當受訪者在表達對中正商圈範圍的時候，可以知道他們認知架構是他們個人對自己、對外界環境的訊息處理，或說是他們認識這個地域的基本架構，也就是說，是一個人對自己、他人、環境的想法，而想法不但會引發個人的情感，也支配個人的行為。

第二：莊博欽（2008）提出，在認知的過程當中，經過感官刺激、注意、辨識、知覺的步驟過程，最後進入記憶中形成認知，**受訪者將接收到的刺激或是訊息加以組織或整合，再轉化成爲對中正商圈的看法**，（粗體爲筆者所加），並作儲存及應用。當他們經由他們的記憶，表達爲何對中正商圈有如此的範圍解釋時，也更多讓我拼湊出對中正商圈的想像及認識。所以說認知亦是一種知識的獲得。

第五章 結論

第一節 「商圈」是多元概念

1.以歷史為主體的認知來看的話，呈現圖 5-1 的樣子：



圖 5-1：歷史主體認知疊圖
資料來源：筆者繪製，2012

以歷史為主體的認知疊圖來看，顯然與圖 5-2 及圖 5-3 有很大的差異。在認知範圍上，從民生綠園一直延伸至中國城，而重疊部份比較偏向於西門路到民生綠園的路段上，是比較屬於整條中正路較早開發的路段上。

2.從商業行為及空間來看的中正商圈範圍的話，是圖 5-2 的樣子：



圖 5-2：商業活動主體認知疊圖
資料來源：筆者繪製，2012

從這張認知疊圖來看，明顯發現可以看到，大多人所選擇從事活動的空間多位在西門路到中國城之間。拿來與圖 5-1 以歷史為主體的認知疊圖來看，就商業空間

形式來說，整條中正路上都是商店的形式，但所販賣的產品，以西門路到民生綠園這段來說，販賣的是屬於較高規格、較高檔的物品；相較於前半段的物品，後半段賣得商品則比較偏向庶民化的產品。或許因研究者所訪談的樣本數不夠多，所以導致認知疊圖完全偏向後半段，但就初探研究上，讓研究者釐清，從不同消費者族群角度去看認知商圈範圍，也是有差異性存在。

3.純粹用感覺認知的，像圖 5-3 的樣子：

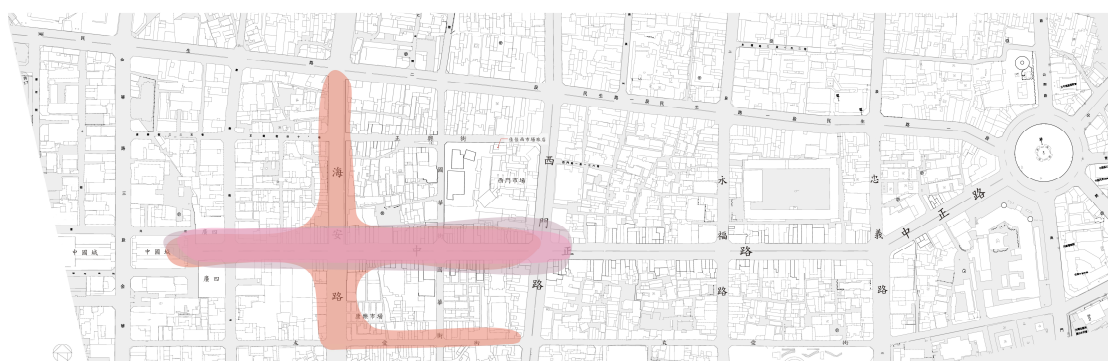


圖 5-3：感覺的認知疊圖
資料來源：筆者繪製，2012

延續上一張的商業活動主體認知疊圖，當許多活動的發生是在西門路到中國城這一路段上，因為這裡可以看電影、可以逛街的緣故，無形會讓人群聚在這個區域上，當人群在相同的時間，選擇在相同的空間，做著相同的事情時，這裡的人群關係形成了「熱鬧」的氛圍。

透過上述三種不一樣主體的認知疊圖，清楚看到範圍的認知是比較複雜的，是多層次的，每一個人都有一張屬於自己的商圈範圍，範圍呈現出一種多元的概念，所謂的範圍，並不是單一存在的，當中夾雜了不同環境的情境，也會因為受到個人的特性或是內在因素而有所影響。所以說「商圈」，沒有公認的範圍，無法具有共同認知。

第二節 「範圍」這件事

前面談到「商圈」不僅是個有機體，這裡緊接著要談到，對於商圈的發展過程中，還隱含著某些「範圍」及「認知」上的差距。

從前面研究中正商圈的文本中，可以看到空間的「範圍」源自於「感／認知」，個體或集體、時序交移都使「感／認知」如同生命，有機地變動著。當「感／認知」凝聚時，「範圍」便會浮現。

商圈之於消費空間，就是提供了民眾消費、娛樂的功能，進而發觸發了城市的活動。在消費這個事件上面，本身就是流動的。因著這些差距，使得中正商圈實體範圍的活動，在每個演變的階段中產生了發展議題。

經過前面論述，在整體環境「實存」的真實性，連接著感官經驗、直覺和情感，整個環境的建構包含了歷史事件的沿革，夾雜了人與空間的活動，隱藏著人與人、人與空間的情感故事，這些還持續的累積並延續發生著。因著這些元素，組成及建構實存環境，但這些元素自身都屬於是變動的、是有機的，連帶所組成的環境「範圍」也會跟著移動。顯然，商圈隱含著有機概念，這個概念與時空結構以及生命體之間的本質課題有很大的關聯性。

從上述得知，商圈的地理範圍與人們認知的過程有著相應的關係，這當中的認知包含了歷史的認知，消費行為的認知以及感官的認知，總括這些認知，共同交織出「範圍」這件事。於是，針對中正商圈的「範圍」觀察，應從「空間認知」的演變開始，才能爬出其「範圍」消長漂移的原因與動能。

在消費地理學（2008）提到，**地方會主動與其他地方構成關係，這些地方是會流動且會改變的實體，而不是邊界緊閉的容器，只扮演社會演化的背景。**所以說，消費與商品意義、表現與體驗，在集結並轉變之時所跨越的地方、空間與尺度，會構成獨特的空間性。如此看來，空間性和消費地點有關，不過也和人、物與過程的如何移動有關。在移動的過程中，會把集結在地方的特定社會空間關係

加以轉變、再生產、競爭、創造、與拆解。

範圍不僅是產品／人造產物的集合，也不只是消費這些物品的人——範圍是消費過程本身的一個結果。

第三節 回到「人」的尺度

在世界現代性的變換與衝擊之下，中正商圈或說是中正路這條商業街，一向是物質的建構與佈置、及概念性的意象與期望功能，是一連串去歷史的空間歷程，有過去生活的遺跡、有新政策催生下的活動族群。真切的規劃者應該面對去歷史的空間規劃，以探尋空間中的生活世界作為發覺空間意義的深度工具。

然而設計者們看到的城市卻往往因受到專業性侷限影響，所見的卻是建構在法規、業主需求、政府公部門計畫下的死寂城市，在每個空間的轉變，多數是政策性的決定，技術官僚對於空間的掌控一切在於“合理化”就好，而現代性這也成為人們生活世界最深沉的負擔。人們為了適應這不可控制的現代性，呈現出多種生活方式，而生活方式是否延續還是斷裂，無形在這當中，夾雜了「新」與「舊」的空間形式，更是空間中生活方式的展現。新生活與舊生活的替補、衝擊與相容，都在同一個場所中交織著。

我們似乎正一點一滴的遺忘身邊這個每天都在變動與習習相關的「大設計」，我在這裡所說的大設計，指的是：「環境」與「自己／人」的關係。透過設計我們可以看到的東西應該是要比一般常民百姓更加的深層，這是為了要更加精準的切入整體事件核心，然而事實卻是我們過度依賴這科技昌明的時代，也依賴科技的準確性，導致反過來否定這些根植在心中的感知，這實實在在的提醒了我們「空間」這個物件的尺度所依靠的，其實與過往時間事件有絕對的關係，但卻不是可以在任何實質地圖上所可以指認的，就像研究者／我所提出的「中正商圈」，其實真正想講述的並非實質的地理位置或是時間點，反而是人們心中的

「時間」與「地理特色」，甚至是居民所一直未曾發覺的因互動關係而逐漸深層潛在的記憶。

以「日常生活」的觀點，發現人與空間的相處方式，進而去尋找空間的意義。城市本是人居住的空間，當然這裡有城市居民生活的場所，有支持它的經濟活動。被稱為城市美和景觀形態好的空間，在城市中有所增加是必要的。但是，若由於過度注重城市的“美容整形“，尤其由於強行實施基礎設施建設與單一的再開發活動，就不可避免地造成原本地域特色很濃的市場和商店街消失了。

以跳脫空間形式為主的討論方式，回到「人」的尺度，將空間回歸到按照人的尺度實施設計，恢復最原始城市市民活動的場所。在重視城市空間外在形態的同時，還應重視城市空間的利用方式等內在的構成。



第四節 去商圈化

透過本研究發現，從歷史層面及商業行為與空間層面來看，「中正商圈」過去發展到現在，經過時代的變遷，商圈是一直在改變並且移動著。從歷史層面來說，因為政府政策-都市改正計畫的介入，或是外在環境條件的改變（河道淤積），都會影響到商圈範圍的改變。而從商業行為來看，每個潮流的產生，或是追求生活方式的層次不同，也間接改變了商圈的範圍。再加上，每個人對於「商圈範圍」有不同認知，也影響了他們在範圍裡頭所從事的活動與行為也不同。所以，商圈是一個有機體，是會隨著每個不同演變的階段，而有所改變。

所以，在思考商圈如何再生的同時，我認為應該打破用「商圈」如此大範圍的思考方式，應以「去商圈化」的思維，取代早期用大的商圈範圍作整體規劃設計，以更細緻的手法，針對地區性的獨特性，作個別的設計。

第五節 後續研究

台南城市作家王浩一先前籌劃了一個光點計畫，共有12條以西市場為主的散步路線，而在2012年4月初，光點計畫也已經通過得到政府補助。在2012年4月6日大台南新聞報導，從交通部觀光局結合民間單位推動「國際光點計畫」後，未來將在財團法人21世紀基金會規劃帶領下，以台南府城為核心，串聯古蹟、美食、海洋、老屋四大豐富的觀光資源，推出一系列暢遊台南的旅遊路線，帶領國際旅客到府城散步找故事。

「南區國際光點」係觀光局繼東區、北區及中區之後啟動的第4個光點計畫，由財團法人21世紀基金會與素有「一哥」之稱的台南作家王浩一帶領團隊一同執行，以「海洋及歷史的臺灣」為主軸，搭配四季推出台南觀光路線，計畫於今年推出「神獸之旅」、「月老之旅」、「藝文之旅」等三條路線，之後還有「財神之旅」、「暖綠之旅」、「市場之旅」、「五感之旅」、「老屋之旅」、「文昌之旅」、「孔子之旅」、「中秋之旅」、「皇太子之旅」等多條文化路線，提供各種探訪南區古城的深度旅遊選擇。

王浩一說「有了點和面，最難的是線的串聯。」他利用空間上點與點之間的串連，設計出12條散步路線，以提昇區域觀光。從現況對於中正路上兩旁的商業營業狀況來看（圖5-4），可以看到有許多閒置的空間，從空間的角度切入，打破整體商圈的操作設計手法，以「去商圈化」的角度，去思考如何為這些所閒置的空間置入新的機會，是否可以帶來中正路及中正路週邊一個新的契機，是後續可以研究的方向。

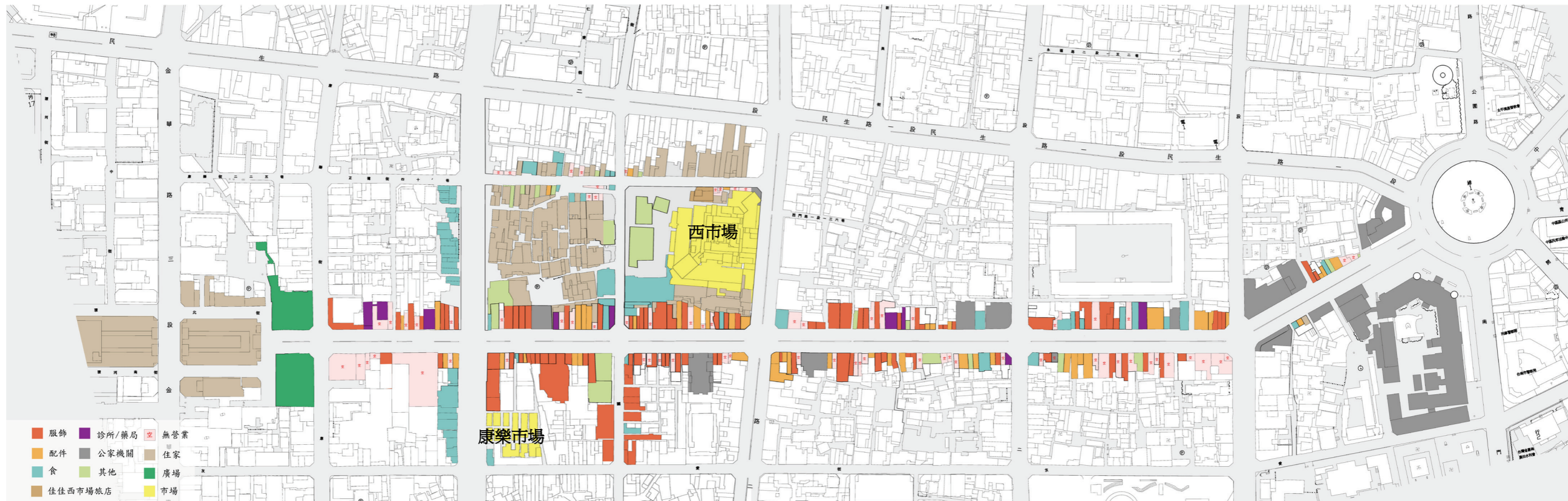


圖 5-4：中正路週邊商業營業現況
資料來源：筆者繪製，2012

參考文獻

參考書目

- Attoe, Wayne , Logan, Donn 原著，王劭方 譯
1994，《美國都市建築：城市設計的觸媒》，台北：創興。
- Corrigan, P. 原著，王宏仁 譯
2010，《消費社會學》，台北：群學。
- Crang, Mike 原著，王志弘、余佳玲、方淑惠 譯
2004，《文化地理學》，台北：巨流。
- Honore, C. 原著，顏湘如 譯
2005，《慢活》，台北：大塊文化。
- Lynch, Kevin 原著，宋伯欽 譯
2004，《都市意象》，台北：臺隆書店。
- Pred, A. 原著，許坤榮 譯
1999，〈結構歷程和地方—地方感和感覺結構的形成過程〉，《空間的文化形式與社會理論讀本》，81-193，台北：明文書局。
- Storey, John 原著，張君玫 譯
1950，《文化消費與日常生活》，台北：巨流。
- Venturi, Robert 原著，葉庭芬 譯
1980，《建築中的複雜與矛盾》，台北：尚林。
- Venturi, Robert , Scott Brown, Denise , Izenour, Steven 原著，賀承軍 譯
1997，《向拉斯維加斯學習：被遺忘的建築形式的象徵主義》，台北：田園城市文化。
- Zukin, Sharon 原著，國立編譯館主譯；王志弘，王玥民，徐苔玲 合譯
2010，《權力地景：從底特律到迪士尼世界》，台北：群學。
- 加藤光貴 原著，黃秉珩 譯

2007,《昨日府城.明星臺南: 發現日治下的老臺南》,台南:台南市文化資產保護協會。

台南市政府

2001,《府城今昔》,台南:台南市文化局文化資產課。

2004,《台南市市定古蹟「西市場」與原「台南州青果同業組合香蕉倉庫」調查研究與修復計畫》,台南:台南市文化局文化資產課。

石志偉

2002,《傳統街屋空間使用特性之研究—以台南市神農街為例》,台南:國立成功大學建築研究所碩士論文。

何致中

2002,《地方與認同:宜蘭地區地方特質與認同政治間的關連》,台北:國立臺灣大學地理環境資源研究所博士論文。

吳文娟

1990,《消費型態與區位商業活動關係之研究》,台北:國立台灣大學建城學研究所碩士論文。

吳秉聲

2007,《幻景:殖民時期台灣都市空間轉化意涵之研究:以台南及台北為對象(1895-1945)》,台南:國立成功大學建築研究所博士論文。

1997,《一個港道變遷下的空間研究—以台南府城五條港區為例(1624-1926)》,台南:國立成功大學建築研究所碩士論文。

周泰華、杜富燕

2002,《零售管理》,台北:華泰。

李素月,張曉婷,石雅如 編

2008,《交通與區域發展:「宜蘭研究」第七屆學術研討會論文集》,宜蘭:宜蘭縣史館。

卓心蘋

2001,《台灣舊市區復甦組織機制之研究—以台南市中正商圈為例》,台南:國立成功大學建築研究所碩士論文。

林雅菁

2001，《從消費者觀點探討台南市傳統與新興商圈之競合關係－以中正與新光三越兩商圈的發展為例》，台南：國立成功大學建築研究所碩士論文。

林聖偉

2004，《台南市電影院商業空間之研究》，台南：國立臺南大學社會科教育學系碩士論文。

星野克美 原著，黃恆正 譯

1988，《符號社會的消費：商品圖騰化、都市劇場化、消費符號化》，台北：遠流。

柯俊成

1980，《台南大街空間變遷之研究（1624-1945）》，台南：國立成功大學建築研究所碩士論文。

柯裕棻

2002，《消費：大眾，文化》，《中外文學》，台北：國立台灣大學外國語文系。

柯勝釗

2002，《日治時期台南社會活動之研究－以台南公會堂為例》，台南：臺南師範學院鄉土文化研究所碩士論文。

胡方瓊

1997，《運用公司合夥方式推動市中心再發展之研究－以台南西門市場為例》，台南：國立成功大學都市計畫研究所碩士論文。

殷堯生

1999，《以 bot 模式開發「公共設施市場用地」之可行性研究－以台南市西門商場開發案為例》，台南：國立成功大學建築研究所碩士論文。

殷寶寧

2000，《「中山北路」：地景變遷歷程中之情慾主體與國族認同建構》，台北：國立臺灣大學建築與城鄉研究所博士論文。

國立台灣大學土木工程學研究所都市計畫研究室 編

1987，《日據時期台灣都市計畫範型之研究》，台南：國立台灣大學土木工程學研究所都市計畫研究室。

張肇廷

2004，《歷史性都心商業區的居住環境之研究－以台南市五條港歷史區域之核心區為例》，台南：國立成功大學建築研究所碩士論文。

許淑娟、李明賢、鄭全玄等

1999，《台灣地名辭書，卷二十一》，台南：台灣省文獻委員會。

許意萃

2005，《台南市中西區空間演變與都市空間特色之研究》，高雄：國立高雄師範大學地理學系碩士論文。

陳東海

2001，《清代台南府城之商業》，台南：臺南師範學院鄉土文化研究所碩士論文。

陳坤宏

1995，《消費文化理論》，台北：揚智文化

1995，《消費文化與空間結構：理論與應用》，台北：詹氏。

陳毓正

2007，《台南交易市集在不同歷史時空下之功能與任務 1611-2008》，台南：國立台南大學台灣文化研究所碩士論文。

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》，台南：國立成功大學建築研究所碩士論文。

黃天橫

1989，〈清末、日據、光復當初之台南市街圖〉，《台南文化》，新 29 期：61-92，台南：台南市文獻委員會。

黃其泰

2001，《台南市歷史性都心區居住與產業環境特質研究：以孔廟文化園區為例》，台南：國立成功大學建築研究所碩士論文。

黃應貴主編

1995，《空間、力與社會》，台北：中央研究院研究所。

黃馨儀

2005，《Shopping 體驗、Shopping 文化：以台北 101 購物中心為例》，台北：東吳大學社會學所碩士論文。

楊秀蘭

2004，《清代台南府城五條港區的經濟與社會》，台南：國立臺灣師範大學歷史研究所碩士論文。

楊素鳳

1998，《都市核心空間之形化與建構－以台南市為例》，台南：國立成功大學建築研究所碩士論文。

楊淑媚

2002，《以消費者行為探討傳統零售市場發展定位與對策－以台南市為例》，台南：國立成功大學建築研究所碩士論文。

詹宏志

1989，《城市人：城市空間的感覺、符號和解釋》，台北：經濟與生活發行：黎光總經銷。

廖炳惠

2003，《關鍵詞 200》，台北：麥田。

趙珮伶

2007，《府城都市意象的文化再現與空間實踐：以孔廟文化園區為例》，台中：國立清華大學社會研究所碩士論文。

蔡宜均

2005，《台灣日本時代百貨店之研究》，台北：臺北藝術大學建築與古蹟保存研究所碩士論文。

鄭安佑

2008，《都市空間變遷的經濟面向：以臺南市(1920 年至 1941 年)為例》，台南：國立成功大學建築研究所碩士論文。

盧非易

1998，《台灣電影：政治、經濟、美學(1949-1994)》，台北：遠流。

蕭舜文

2004,《在京華城登夜市：大型購物中心的文化易界與日常生活實踐》，台北：國立臺灣大學新聞研究所碩士論文。

鍾順利

2006,《台灣日治時期五大都市之公設消費市場建築》，台南：國立成功大學建築研究所碩士論文。

蘇秀梅

2001,《歷史空間再現之研究：以臺南市日治時期末廣町為例》，台南：國立成功大學建築研究所碩士論文。

期刊

王志弘

2005,〈地方意象、地域意義與再現體制: 1990 年帶以降的文山地區〉,《台灣社會研究》,期 58: 135-188,台北：臺灣社會學會。

石萬壽

1999,

李玉瑛

2006,〈Shopping, 血拼, 瞎拼：逛街購物研究的初探〉,《臺灣社會研究》,期 37: 207-236,台北：台灣社會學會。

吳鄭重

2004,〈菜市場的日常生活地理學初探：全球化臺北與市場多樣性的生活城市省思〉,《臺灣社會研究》,期 55,台北：台灣社會學會。

黃幹忠、葉光毅

2000,〈中心商業區業種聚集現象之研究—以台南市中心商業區為例〉,《建築與規劃學報》,期 3: 228-243,台北：中華大學建築與規劃學系。

潘英海

1993,〈熱鬧：一個中國人社會心理現象的提出〉,《本土心理學研究》,1:330-337,台北：臺灣大學心理學系本土心理學研究室。

報章雜誌

王嘉陵

2001 年 11 月 17 日，〈以娛樂帶動零售，最新發財觀念〉，《中國時報》，第十五版。

網路資料

鄭作彧

2009，〈時間即生活：Norbert Elias 的時間社會學簡介〉，《文化月報》88 期。

<http://hermes.hrc.ntu.edu.tw/csa/journal/88/review.htm>，取用日期：2012 年 6 月 15 日。

