

# 致理技術學院應用日語系

## 103 學年度畢業實務專題報告

### 翻轉吧!大稻埕— 古埕與新產業的結合

指導老師：林佩怡

組員：10001251 詹靜宜

10022141 歐佳琳

10022172 蘇紋瑩

10022173 陳文孝

10022175 陳惠琳

10022177 林柏翰

2014 年 11 月

## 謝辭

首先我們六位組員非常感謝指導老師林佩怡老師，在專題的製作期間熱心的為我們指導，並督促我們專題的進度。在專題進行中遇到不懂的地方，都很願意仔細的向我們講解，也都會適時的給予我們意見和方向。誠摯的感謝老師這一年來的教導，使我們成長了不少、受益良多。再次感謝指導老師林佩怡老師。

此外，非常感謝攸@眾藝埕門市以及 JFK 繪本屋兩家店店長，願意接受我們進行專題訪問，不厭其煩的為我們提出的疑問作出解答。並且，特別感謝網友以及親朋好友協助填寫網路和紙本問卷，才能讓我們順利完成問卷調查。

透過這次的專題製作，我們體會到團隊合作的重要性，每一位成員皆特別空出自己課餘的閒暇時間與個人行程，一起上網、前往圖書館查詢資料，也實地走訪大稻埕數次，並且不斷的積極討論，分工合作完成專題的各個項目，相信在製作專題的過程中，所學習到的一切有機會運用在未來的職場上。

詹靜宜、歐佳琳、蘇紋瑩  
陳文孝、陳惠琳、林柏翰  
謹誌

## 前言

昔日，大稻埕曾是台灣經濟首屈一指的地區，不僅是台灣商業貿易興盛的港口，也是台灣文化運動領頭人蔣渭水等人的據點。在台北經濟發展史上，大稻埕扮演了極重要的角色，使得美術、音樂、文學、電影各項領域百花齊放。大稻埕擁有許多全台批發量第一的南北雜貨、中藥行、布料批發商、服飾材料行。此外，早期台北茶葉的貿易集散地也位居於此。

隨著台北迅速的發展，城市重心逐漸東移後，當今大稻埕漸漸地失去了往日的風采，甚至有許多年輕人可能只聽聞過大稻埕卻不知其背景及價值。但當地多數的歷史建築都被保存下來，成了現在的觀光老街且保持著濃厚的傳統風韻。

近些年來，百年街屋重建後，成了年輕人創業的文化聚落。他們在此發揮創意，開發各式各樣的文創藝品。為了將大稻埕打造成台北市的創意文化街區，台北市產發局推動「大稻埕創意生活產業發展計畫」。根據中廣新聞報導，產發局長黃啟瑞表示：目前已經有二十家店家接受輔導，讓老店創意再生、新店家加入大稻埕行列。這些不同的文化產業，在不久之後吸引了相當多民眾、外國觀光客前來觀光、消費。

從 2013 年的賀歲片《大稻埕》，延伸到最近紅遍全球的電影《露西》裡，都有著大稻埕寶貴的身影。隨著文創產業的興起，許多年輕人紛紛選擇這裡的老房子做為創業基地，讓老街有了新氣象。因此，古埕風貌與文創產業的結合，給民眾們帶來了深度體驗大稻埕創意的機會。

## 摘要

本研究要探討的內容是在現今社會急速發展下的台北市，某處角落依舊漫活的「大稻埕」。歷史上的大稻埕，在英法聯軍事件後被迫開放港口的同時，也開啟了通往繁華的貿易通道，卻因為日治時期日本人排斥大稻埕的洋行，又極力建設中正區導致其沒落。大稻埕不論在歷史、文化、社會、經濟各方面，都在台北扮演著舉足輕重的角色，也是台灣獨立運動興起的原因之一「228事件」的事發舞台。

隨著時代的進步，大稻埕已經慢慢跟不上變遷的腳步，西區西門町的熱鬧繁華的景象眾多；東區高樓大廈百貨林立，而大稻埕卻似乎還是停留在歷史時間的那一端。本研究調查結果發現現今一般社會大眾對於大稻埕的認識停留在賣南北雜貨、茶葉、迪化街的年貨、碼頭及城隍廟...等這些舊有的認知。但事實上，在回歸扶持在地文化產業的浪潮掀起之際，有一群年輕人藉由新的產業意象來翻轉傳統古埕的老舊形象，企圖讓更多人重新認識這塊土地。

基於此，本研究的主要目的是探討年輕族群來到大稻埕發展文創事業的動機目的及分析大稻埕的未來會有什麼樣的變化，藉由本研究所蒐集的資料、問卷分析及實地考察來探討這個原因。現在的大稻埕有著傳統文化及建築藝術的部分，傳統依舊不變，隨之而來的新世代族群，他們為大稻埕帶來了新的文化新的活力；建築藝術方面，隨著都市更新老屋翻新，注入了新世代所帶來的文化所產生的變化。

最後本研究為了使現今社會大眾能擺脫舊有的認知更加認識蛻變翻轉中的大稻埕，因而製作出一套適合所有年齡層的一日遊旅遊套裝行程，讓民眾們可以在古樸氛圍之中發現傳統，新穎的文創產業和建築藝術，紓解在忙碌生活中的壓力，享受一趟輕鬆悠閒之旅。

關鍵字：大稻埕、都市化、古蹟保存、文創產業

# 目錄

謝辭.....	1
前言.....	2
摘要.....	3
目錄.....	4
圖表目錄.....	6
第一章緒論.....	8
1.1 研究背景與動機.....	8
1.2 研究目的與方法.....	9
1.3 研究問題.....	9
1.4 研究流程.....	10
第二章大稻埕簡介.....	11
2.1 命名由來.....	11
2.2 歷史沿革.....	11
2.3 大稻埕商業結構.....	14
2.3.1 布行.....	14
2.3.2 販賣進口商品、食品.....	14
2.3.3 中藥行.....	15
2.3.4 茶行.....	15
2.4 近代大稻埕在歷史上的地位.....	15
2.5 重要景點地標.....	16
2.5.1 迪化街.....	17
2.5.2 永樂市場.....	18
2.5.3 大稻埕碼頭.....	19
2.5.4 霞海城隍廟.....	20
第三章文創產業翻轉大稻埕.....	22
3.1 文創產業概述.....	22
3.2 文創店家介紹.....	23
3.2.1 圖樣狩獵隊 Pattern Safari.....	23
3.2.2 偵探書屋.....	25
3.2.3 林柳新偶戲館.....	25
3.2.4 星巴克特色古宅「保安門市」.....	26
3.2.5 「小藝埕」、「民藝埕」、「眾藝埕」系列介紹.....	27
第四章「大稻埕慢活一日遊」企畫案.....	29
4.1 文宣.....	29
4.2 企劃內容.....	30
4.2.1 規劃路線.....	30

4.2.2 實地走訪介紹 .....	30
第五章大稻埕店家實地訪談 .....	45
5.1 研究方法 .....	45
5.1.1 研究對象 .....	45
5.1.2 訪談時間地點 .....	46
5.1.3 訪談問題 .....	46
5.2 店家訪談稿 .....	48
5.2.1 攸 UBook .....	48
5.2.2 JFK 繪本屋 .....	53
5.3 研究結果 .....	57
5.3.1 開店經歷與心路歷程 .....	57
5.3.2 經營模式與未來展望 .....	58
5.3.3 業者眼中的大稻埕 .....	58
第六章問卷調查 .....	60
6.1 問卷題目 .....	60
6.2 總結問卷調查結果 .....	61
第七章結論與建議 .....	70
7.1 研究結論 .....	70
7.1.1 大稻埕沒落之原因? .....	70
7.1.2 文創產業的進駐對大稻埕帶來什麼變化? .....	71
7.1.3 為什麼有一部分青年會選擇在大稻埕開設文創商店? .....	71
7.1.4 歷史、文化、社會、經濟等多元素價值對大稻埕有哪些影響? .....	71
7.1.5 如何宣傳大稻埕? .....	72
7.2 利用行程企劃包裝大稻埕 .....	72
7.3 文創店家的訪談心得 .....	72
7.4 結語 .....	73
附錄一問卷調查 .....	75
附錄二大稻埕慢活一日遊 DM .....	77
參考文獻 .....	78

## 圖表目錄

圖 1-1-1 大稻埕主要地理位置範圍 .....	8
圖 1-4-1 研究流程圖 .....	10
圖 2-2-1 義勇公 .....	12
圖 2-5-1 迪化街 .....	17
圖 2-5-2 迪化街範圍 .....	17
圖 2-5-3 永樂市場 .....	18
圖 2-5-4 大稻埕碼頭 .....	19
圖 2-5-5 霞海城隍廟 .....	20
圖 3-2-1 圖樣狩獵隊店門口 .....	24
圖 3-2-2 日本「小熊學校」相關小物 .....	24
圖 3-2-3 文創小物 .....	24
圖 3-2-4 偵探書屋館內 .....	25
圖 3-2-5 偵探書屋門口 .....	25
圖 3-2-6 林柳新偶戲館館內 .....	26
圖 3-2-7 林柳新偶戲館門口 .....	26
圖 3-2-8 星巴克保安門市店門口 .....	26
圖 4-2-1 大橋頭捷運站至眾藝埕路線圖 .....	31
圖 4-2-2 眾藝埕指標 .....	31
圖 4-2-3 眾藝埕招牌 .....	31
圖 4-2-4 眾藝埕樓層介紹 .....	32
圖 4-2-5 Gochic 單車 .....	32
圖 4-2-6 野台築地 .....	33
圖 4-2-7 春豬 .....	34
圖 4-2-8 俏皮 .....	34
圖 4-2-9 黛芙妮 .....	34
圖 4-2-10 攸-作品集 .....	35
圖 4-2-11 攸-圖騰 .....	35
圖 4-2-12 小停留 .....	36
圖 4-2-13 JFK 繪本屋招牌 .....	36
圖 4-2-14 JFK 繪本屋內部 .....	36
圖 4-2-15 特色繪本(日語) .....	37
圖 4-2-16 特色繪本(英語) .....	37
圖 4-2-17 布物設計 .....	38
圖 4-2-18 Le Zinc 洛 cafe&bar .....	38
圖 4-2-19 民藝埕店門口 .....	39

圖 4-2-20 小籠包造型調味罐 .....	39
圖 4-2-21 桃型壺 .....	39
圖 4-2-22 雪桐燈 .....	40
圖 4-2-23 花瓣盤 .....	40
圖 4-2-24 南街得意茶館 .....	40
圖 4-2-25 報章介紹 .....	40
圖 4-2-26 茶館擺設 .....	40
圖 4-2-27 茶館擺設 .....	40
圖 4-2-28 拜月老流程 .....	41
圖 4-2-29 拜月老流程(日文版) .....	41
圖 4-2-30 城隍廟口 .....	41
圖 4-2-31 永樂市場 .....	42
圖 4-2-32 大稻埕戲苑 .....	43
圖 4-2-33 小藝埕 .....	44
圖 6-2-1 填寫問卷民眾性別的比例 .....	61
圖 6-2-2 填寫問卷民眾年齡分布的比例 .....	62
圖 6-4-3 民眾是否去過大稻埕並了解正確地理位置的比例 .....	63
圖 6-4-4 民眾是否去過下列地方的比例 .....	64
圖 6-4-5 民眾前往大稻埕原因的比例 .....	65
圖 6-4-6 民眾沒過大稻埕原因的比例 .....	66
圖 6-4-7 民眾是否會因文創產業進駐而前往大稻埕的比例 .....	67
圖 6-4-8 民眾對文創產業進駐仍無前往大稻埕意願的比例 .....	68
圖 6-4-9 民眾覺得大稻埕仍需改善地方的比例 .....	69

# 第一章 緒論

## 1.1 研究背景與動機

大稻埕的多元性從一百年前就引人注目，無論是夜生活、進出口貿易或是建築物都在一百年後的今天被寫入當地歷史最風光的一頁，曾經存在的價值也被當地居民傳承下去。這樣的傳承甚至被再度調整，成為現在新風貌的起端。

現代人開始重視休閒活動，地方政府為了發展地方特色、提升都市形象，充分運用老舊建物和閒置空間再造地方的生命力，冀望能提高城市人民的文化素養以及整體的競爭力。

大稻埕的地理位置是以大橋頭捷運站往南至北門，大稻埕碼頭往東至雙連捷運站，其範圍位置如圖 1-1-1 所示。位於大稻埕腹地的建成圓環成形於 1908 年，主要在臺北市重慶北路 1 段與南京西路的交叉路口，為大稻埕鬧區附近四條道路（南京西路、寧夏路、重慶北路、天水路）交會的環狀區域，本為一圓形小型公園，淡水線鐵路開通之後，該地也成為攤販聚集的場所。隨著臺北鬧區東移，多為違章攤販組成的台北圓環漸趨沒落，1993 年及 1999 年圓環兩度大火，至此接近荒廢達十年之久。



圖 1-1-1 大稻埕主要地理位置範圍

雖然就大稻埕歷史街區的復甦而言，當地居民是地方最大的影響力關鍵，但近年來有一群人試著以發展文創來復興大稻埕，似乎漸漸改變了上述的情形。若沒有這些人的復興推動，大稻埕的復甦活動，成功與否可能仍是個未知數。因此這些人的行動是否能讓當地居民接受，並讓大稻埕成功恢復昔日光采，將是本研究所要探討的重點。此外，本研究也想藉此了解、分析這些人的想法，最後再自行設計一套大稻埕一日遊的行程，讓民眾實地走訪大稻埕，體驗昔日與現今的差異。

## 1.2 研究目的與方法

根據 1.1 小節，本研究主要的目的如下：

1. 參考有關於大稻埕的書籍、網站資訊，做為本研究之基底，藉由各項資料以探討及確定本研究的方向及方法。
2. 實地景點勘查及拍照，利用景點勘查和照片呈現現代大稻埕的完整風貌。
3. 現今的大稻埕有以新一代年輕族群所開設的雕刻、服飾、歐式餐飲、復古商品等商店。藉由訪談這些商店「小藝埕」、「民藝埕」、「眾藝埕」，以了解人文藝術及文創類在大稻埕的影響力為何。
4. 製作問卷，調查現今社會大眾對於大稻埕是否了解，並利用問卷來歸納現今民眾對大稻埕有多少認識。
5. 最後依照本研究之結果製作出一套包裝行程，利用一日遊的方式讓民眾可以更加了解現今最完整的大稻埕。

## 1.3 研究問題

本研究問題，探討下列這幾點：

1. 大稻埕沒落原因為何？
2. 文創產業的進駐對大稻埕帶來什麼變化？

3. 為什麼有一部分青年會選擇在大稻埕開設文創商店？
4. 歷史、文化、社會、經濟等多元素價值對大稻埕有哪些影響？
5. 如何宣傳大稻埕？

#### 1.4 研究流程

本研究流程如下圖所示，本研究參酌相關學術文獻研究的方向，進一步製定出本研究專題題目後，現場考察當地資訊，設計問卷發放並回收做統計資料分析，並提結論及建議。



圖 1-4-1 研究流程圖

## 第二章 大稻埕簡介

本章節主要介紹大稻埕。2.1 節中將介紹大稻埕的命名由來，2.2 節則是其歷史沿革，2.3 節為大稻埕商業結構介紹，最後在 2.4 節列舉出大稻埕的主要景點地標。

### 2.1 命名由來

大稻埕，顧名思義乃一大塊曬穀場之意。根據歷史考據，西元 1851 年泉州同安籍移民林藍田原居基隆，為了躲避海盜侵擾，於是搬至大稻埕耕作，並蓋了三間閩南式大厝，厝前曬穀場空地很大因此而聞名。自清末至日治期間，經濟、社會和文化活動急速發展成長，大稻埕不僅商業繁榮也是塊人文薈萃之地（摘自《日落大稻埕》）。

大稻埕的地理位置對照現今的範圍蓋指：大稻埕的地理位置是以大橋頭捷運站往南至北門，大稻埕碼頭往東至雙連捷運站。大稻埕興盛的命脈——船舶可自此直接出海，駛至唐山互市，甚至可遠達歐美。

### 2.2 歷史沿革

1853 年，艋舺（今萬華區）發生移民間的分類械鬥「頂下郊拼」<sup>1</sup>，泉州府同安人不敵泉州三邑人，敗走大龍峒，但又不被當地同安移民所接納，於是落敗的一方被迫遷移至大稻埕，他們沿著淡水河建造房屋、廟宇，形成聚落。此後，每當台北盆地發生械鬥事件，便有不少人逃到大稻埕，在原有的同安人市區外圍建造房屋，形成聚落，使大稻埕在人文方面從一開始便呈現開放包容的特色。約同一時期興建

---

<sup>1</sup>請參考艋舺大事記—頂下郊拼。

<http://yeats1103.pixnet.net/blog/post/24916813-%E3%80%90%E5%BB%B6%E4%BC%B8%E6%82%85%E8%AE%80%E3%80%91%E8%89%8B%E8%88%BA%E5%A4%A7%E4%BA%8B%E8%A8%98%EF%BC%8D%E9%A0%82%E4%B8%8B%E9%83%8A%E6%8B%BC>

的台北霞海城隍廟，側殿旁奉祀的義勇公，即是為了紀念在此分類械鬥中喪生的同安鄉壯丁。



圖 2-2-1 義勇公

大稻埕在滿清時期能成為全台首富之區，全拜茶貿易所賜。英法聯軍後，滿清政府於 1860 年與列強簽訂開放通商口岸貿易協定，台灣的淡水、安平、艋舺和大稻埕正式開港。但不久後，艋舺因為河沙淤積，被大稻埕取代，因此大稻埕便躍身成為北台灣的商業貿易中心。英商約翰·杜德(John Dodd)看中了大稻埕的河港便利，在 1865 年與「台灣茶業之父」李春生合作，將台灣烏龍茶引介至海外，使大稻埕茶葉享譽國際。John Dodd 決定於艋舺設置製茶廠，可是受到艋舺人強力反對(當時的民風守舊，並不歡迎洋人，因而不願讓他駐紮設廠)，改在大稻埕設廠，並開設茶館，從事茶葉的買賣及精製，此後茶葉便於大稻埕發跡起來<sup>2</sup>。

1872 年，大稻埕陸續開設德記、美食、義和、新華利、怡和等五家大洋行，先後來到大稻埕設立分公司，向英、美等國輸出茶葉，享譽國際的大稻埕茶市從光緒年代一直延續到日治時期。在洋行帶領下，茶葉貿易不但使市場擴大，也迅速造

<sup>2</sup> 請參考北區國際光點計劃－旅人茶房 » 走進百年歷史長廊——大稻埕 <http://www.tteacafe.tw/?p=2749>

就大稻埕驚人的財富。1897年，日本總督府調查，發表大稻埕有茶商252家。此外，通商所影響的不僅是經濟，亦將異國風格的建築、宗教等文化帶入了大稻埕地區。1882年，清法形勢吃緊，台北毫無防備，乃計畫築城，城址就在大稻埕和艋舺之間。1885年，擔任首任巡撫的劉銘傳，決意在台灣推動新式建設，大稻埕即以其北部貨物集散中心的優越地位，成為興建台北火車站的首要考量之處。劉銘傳最後選定大稻埕的南端（前鐵路局遺址）興建臺北火車票房（今臺北車站前身）。除了鋪設鐵路以外，劉銘傳也在大稻埕設茶釐局（舊時徵收茶葉稅金的政府機關）、軍裝機器局等公家機構，該區形成了一個官府建製區。漸漸地，臺北在政經地位與臺南並駕齊驅，此舉更加帶動了附近商街的繁華，更使台北成為台灣第一大城。

同時，板橋林家富紳林維源與茶商李春生合資建昌公司，在大稻埕開闢建昌街（今貴德街），興建洋樓店鋪作為外僑區，出租給外商使用。此後各國領事先後在此設立，商機蓬勃洋風鼎盛<sup>3</sup>。

1920年，日本人實施台灣地方官制及行政區域改制，廢除原由臺北廳直轄的艋舺、大稻埕、臺北城內，設臺北市（州轄市），隸屬於台北州。1922年3月實施町名改正，大稻埕不再作為行政區劃，在原有範圍內設町，相當於大橋町、港町、永樂町、太平町、日新町、蓬萊町、下奎府町、建成町、上奎府町。「大稻埕」轉為純粹的地名，不再作為行政區名稱。

從此「大稻埕」行政區成為過去的名字。即便如此，大稻埕這個名字也未曾在當地居民腦海中消失。

日治初期（西元1895年左右），大稻埕的茶葉貿易依然興盛，且南北貨、中藥、布匹批發業也因台灣縱貫鐵路的完成，更加發展蓬勃。日治中期以後，大稻埕市況繁榮，恰與日本人極力建設的城內（今中正區）互相對比。若說當時北臺灣，城內為其行政中心，大稻埕則就是經濟中心<sup>4</sup>。

---

<sup>3</sup> 請參考吳振芳文教基金會--大稻埕古蹟之旅與台北東吳飯店

<http://www.wcfcf.com/streetc.htm>

<sup>4</sup> 請參考北區國際光點計劃-旅人茶房 » 走進百年歷史長廊——大稻埕

<http://www.tteacafe.tw/?p=2749>

## 2.3 大稻埕商業結構

從 2.2 節所描述的歷史背景來看，我們可以發現台灣的繁華都市、傳統商業皆與海港有密切的關係。在過去的全盛期（清末至日治），大稻埕的紡織公司逾 100 家、布行高達 300 多家、中藥行超過 200 家。而現今的大稻埕，與過去那繁華的情況已截然不同。透過我們的實地走訪來看，大稻埕現在的商業結構可以中藥行、南北貨、布行這三種行業為主，以下將逐一介紹：

### 2.3.1 布行

此行業是指販賣各式各樣不同材質的布料商店。迪化街的布行分布在永樂市場及其附近街巷，全台灣有 90% 的布帛批發商都聚集在此，可說是全台灣最大的布料批發、零售中心。為了重振大稻埕的布料業，新北市政府與大稻埕商業中心於 2011 年 9 月打造全台北唯一一家的布藝生活展示點—北事布事館，使此產業持續發展。

### 2.3.2 販賣進口商品、食品

南北貨的貨品在古代是指比較珍貴的貨物（如：人參、絲綢等）或藥材、布匹等；現今則是指傳統新年時的應景食品（如：紅棗、木耳等）。南北貨主要集中於民生西路，靠近大稻埕碼頭。其實，南北貨行與中藥業有些相關。日治時期以前，大稻埕的貿易以南北雜貨、茶行為主，當時南北貨業者只是順便販售中藥材。但因後來市場需求越來越大，中藥材的品質優劣又須由專業人員判別，於是中藥販售開始與南北貨分開經營。

### 2.3.3 中藥行

中藥在清朝以前稱為本草、生藥等，而老一輩的人稱中藥為漢藥，一般天然且具有療效的藥材都可以被稱為是中藥。中藥行多集中於城隍廟往南至民生西路口一帶。現有聚集 100 多家中藥行，其中 90% 為批發商，為全省最大的中藥批發中心。

目前在大稻埕的中藥行大多都會兼賣一些南北貨，除此之外，有些藥材店還會聘請中醫師替民眾看診，屬於較多元化經營的商店。

### 2.3.4 茶行

1860 年淡水開港，是大稻埕興起的關鍵；開港後的茶葉貿易，則是大稻埕繁華一時的主要原因。回溯清同治年間(十九世紀中葉)，英國茶商約翰·杜德(John Dodd)的寶順洋行與臺灣茶業之父李春生合作，首度將臺灣烏龍茶引至海外並獲得成功後，正式開啟了臺灣以外銷為主的茶業史。

大稻埕因得地理位置優勢一靠海，水運便利，因此成為早期的臺灣商業重鎮，茶葉與糖並列為當時臺灣重要的外銷產品，因有南糖北茶（南部種植甘蔗，北部種植茶葉）之說。1869~1895 年是大稻埕茶葉的鼎盛時期，當時茶葉佔全台出口總值的 53.49%，而其中 90% 都是在大稻埕精製後，由水港出口。光復初期，經歷戰爭破壞，導致出口減退，使得興盛一時的茶葉貿易一蹶不振。

## 2.4 近代大稻埕在歷史上的地位

天馬茶房是台灣日治時期末年的咖啡廳，位於臺北市大稻埕，舊址為台北市太平町三丁目一，現址為台北市南京西路 189 號之南京雙子星大樓，也就是台北法主公廟正對面。當時臺籍文藝人士經常聚集於此，暢談抱負、關心政局，打探中國大陸的情形。二戰後，蔣介石受盟軍委託接管臺灣、澎湖，天馬茶房仍是臺北知識文

人活動的重要場所。

國民政府從日本接收台灣後，將公私企業一併接收，卻無心經營。自從國民政府接管專賣事業後，成品的品質大為下降。他們為了填補財政上的虧損，任意抬高售價，使台灣民眾逼不得已，只能勉強買這些價高質劣的菸酒以供日常之用（史明，1980）。因商品品質與售價不合理，使價廉的相同商品有了生存空間。中國商人開始在大陸沿海走私外國香菸運入台灣，雖然利潤不大卻很好經營。許多婦女和小孩為了養家糊口開始販賣私菸。但因外國香菸物美價廉，銷量遠超過公賣局的公製香菸，於是公賣局便將香菸列為違禁品並開始取締。私菸的由來可說是引爆二二八的歷史脈絡<sup>6</sup>。

天馬茶行同時也是二二八事件的原爆點，1947年2月27日傍晚，專賣局查緝員到台北市太平町三丁目（現今台北市南京西路189號），查獲一名女菸販販賣走私菸，還用手槍槍柄打傷該名女性頭部，使得圍觀的群眾追打查緝員。慌張逃跑的查緝員毫無目標地向群眾亂開槍，卻誤殺一名旁觀的民眾。隔天上午，各地憤怒的群眾前往台北的專賣局抗議，並到行政長官公署前廣場示威請願，沒想到長官公署竟然用機關槍向群眾掃射，死傷數十人。因此民眾們到台灣廣播電台（現今台北二二八紀念館），向全台灣廣播事件的經過，因此衝突事件迅速擴及全島。各大市鎮都發生騷動，形成台灣青年學生、百姓、退伍士兵一同與國民政府軍隊對抗的局面，史稱二二八事件。

## 2.5 重要景點地標

一提到大稻埕就立刻讓人聯想到年貨大街—迪化街、有許多古早味美食的永樂市場、代表著大稻埕歷史的大稻埕碼頭以及當地人崇仰的霞海城隍廟，在本小節中將一一介紹。

---

<sup>6</sup>請參考 ipsy—生命敘說：【大稻埕】228 引爆地：天馬茶房 - 樂多日誌  
<http://blog.roodo.com/ipsy1984/archives/21629314.html>

## 2.5.1 迪化街



圖 2-5-1 迪化街

一向以辦年貨聞名全台、一般所熟知的迪化商圈，其實指的台北大橋以南的迪化街一段，範圍涵蓋迪化街1段（南京西路至歸綏街口）、甘州街、保安街交叉口、朝陽公園、甘谷街、南京西路一帶。就空間位置來看，迪化商圈是大稻埕的一部份，即現今的大同區。

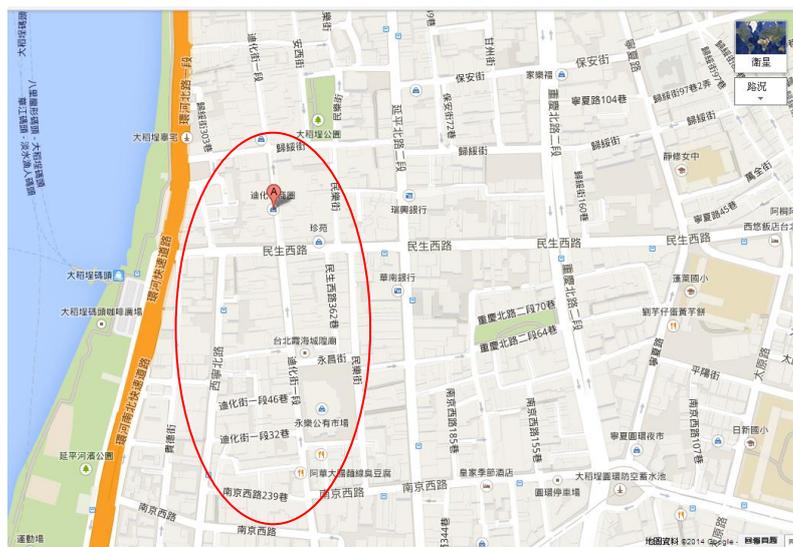


圖 2-5-2 迪化商圈範圍

迪化街有商店出現，是早在 1851 年。兩年後，艋舺地區的泉州同安人在迪化街紛紛建起商店。到了日據時期以南北雜貨、茶行為主，之後米業和布匹、中藥等也逐漸佔有一席之地。

1970 年代，配合『市區改正計畫』<sup>7</sup>，道路拓寬、房屋的外觀有極大的改變，從樸實的閩南式店鋪繁複華美的巴洛克式裝飾，形成了今天的主要面貌。光復後迪化街持續作南北貨、中藥和布匹批發商集中地，至今仍是這三大行業中最大的批發零售市場，迪化街不但是大稻埕最早的市街，而且從清末至今，都是大稻埕商圈的核心，一直保持舊日的風貌和活躍的商業活動，是台北市現存最完整也最具歷史意義的老街<sup>8</sup>。

### 2.5.2 永樂市場



圖 2-5-3 永樂市場

<sup>7</sup> 台灣歷史上的都市更新計畫章節，市區改正計畫（又稱是區計畫）。日治時期為了改善台灣環境衛生、翻新建設等所實施的計畫。詳細請參考

[http://www.ur.org.tw/knownupdate\\_detail.asp?ku\\_sn=58&kuc\\_sn=4&mshow=2](http://www.ur.org.tw/knownupdate_detail.asp?ku_sn=58&kuc_sn=4&mshow=2)

<sup>8</sup> 請參考迪化街商圈

<http://guide.easytravel.com.tw/scenic.aspx?CityID=2&AreaID=9&PlaceID=34>

位於台北霞海城隍廟旁的永樂市場，原名「公設永樂町食料品小賣市場」，民國前四年（1908）就成立，當時日本的商人將日本印花的布料大量的輸入台灣，其將此地當作布料進口的批發中心。光復以後，日本商人離開台灣，加上政府的鼓勵及廠商的研發，這裡變成全台灣最大的布料批發零售中心。原市場於民國七十一年（1982）拆除，然後在原地重建於1985年完工，並於原地改建為「永樂市場綜合大樓」，簡稱為「永樂市場」。永樂市場除販售生鮮產品及日常用品物，並以批發、零售棉布及加工產品著稱。建築是四層樓結構的鋼筋水泥建築物，四層樓的建築物布市主要集中在二樓和三樓，一樓是生鮮市場及少數的布的周邊商品，四樓為美食廣場小吃街。

永樂市場二樓為各式各樣布料、窗簾傢飾布買賣的商店，三樓主要是布匹縫製、加工和訂做。永樂市場成功的展現布業商場的特色，並推廣布藝時尚的創意美學。

### 2.5.3 大稻埕碼頭



圖 2-5-4 大稻埕碼頭

大稻埕碼頭位於淡水河畔，現今五號水門處（環河北路、民生西路口）。大稻埕

的發展歷史，與大稻埕碼頭有著密切的關係，淡水開港通商，外商洋行紛紛到此開設商號，促成大稻埕往後的繁華。

現今雖然碼頭功能不復當年，但已轉型為民眾休閒遊憩的去處。近年來大稻埕碼頭除了迎節慶放煙火之外，沿岸並闢建自行車道，民眾可以悠閒騎單車享受河畔之旅，同時欣賞大稻埕的古意景緻。

#### 2.5.4 霞海城隍廟



圖 2-5-5 霞海城隍廟

台北霞海城隍廟位於台北市迪化街一段 61 號，是內政部核定的三級古蹟，與慈聖宮（位於臺灣臺北市大同區保安街 49 巷 17 號），法主公廟（位於台北市大同區南京西路 344 巷 2 號）合稱大稻埕的三大廟宇。霞海城隍廟原為福建泉州府同安縣下店鄉海邊厝五鄉庄居民的守護神，西元 1662 年，御賜臨海門匾額。因下店鄉又名霞城，而祖廟又設於霞城的臨海門旁，所以渡海來台以後便稱為台北霞海城隍<sup>9</sup>。古廟奉祀霞海城隍爺、城隍夫人、八司官、文武判官、范謝將軍、八將、馬使爺、義

<sup>9</sup> 請參考台北霞海城隍廟 <http://tpecitygod.org/about-xia-hai02.html>

勇公及月下老人等，由於這座古廟共容納了六百多尊神像，成為臺灣神像密度最高的廟宇。廟裡許多古意盎然的匾額對聯，很受信徒及遊客喜愛，而月下老人牽紅線的傳奇故事更是不絕於耳，每年總有很多新人們從世界各地來酬謝神恩，更讓霞海城隍廟名聲遠播海外。

## 第三章 文創產業翻轉大稻埕

大稻埕從古至今給人的印象一直是中藥行、茶行、南北貨的盛行之地，但近年來大稻埕不再是只有傳統產業，文創產業在大稻埕這個地方開始萌芽，這個新興的產業正在翻轉人們對大稻埕的既定印象，也為大稻埕注入一股新的經濟來源。本章節首先將簡單介紹文創產業的定義及由來，之後將逐一介紹在大稻埕開始萌芽的新興店家。

### 3.1 文創產業概述

文創產業，即文化創意產業的簡稱，根據徐斯勤、溫肇東（2010年）於《文化創意產業、品牌與行銷策略》一書的摘要中，把其定義為「源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業」。第一個提出文創產業概念的國家是英國<sup>10</sup>，英國首相 Tony Blair 於 1997 年設立創意產業籌備小組，並於 1998 年提出第一份創藝產業的報告，2001 年選定 13 個創藝產業，創造出約 132 萬的就業人口，2008 年英國創意產業市場總值約 1,050 億英鎊，如此優異的成績使各國政府陸續跟進投入對文創產業的推動，而台灣於 2002 年將文化創意發展計畫納入「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，並於 2010 年 2 月 3 日通過文化創意產業發展法。

---

<sup>10</sup> 請參考英國文化創意產業發展概況 - 育成加速卓越服務網 <http://incubator.moeasmea.gov.tw/en/calendar-en/61-2012-06-19-10-13-22/2012-06-21-09-56-15/988-2013-09-01-9>

### 3.2 文創店家介紹

台北市政府於 1973 年擬定「都市更新計畫」，後將於 1978 年拓寬迪化街的道路及拆除老舊建築物，卻因為樂山文教基金會聯合當地居民發起保護大稻埕傳統聚落的運動而作罷。於是大稻埕充滿歷史性的建築、街道風貌從而一直保留至今。後來台北市政府為了讓大稻埕傳統的商圈注入新的活力，改變一般民眾對於大稻埕老舊陳腐的印象，於是推動「都市再生前進基地計畫 (Urban Regeneration Station)」，簡稱「URS 計畫」，意指由政府提供地點，鼓勵民間文藝單位進駐，希望透過文藝力量活化老舊社區，達到「都市再生」的意象。

#### 3.2.1 圖樣狩獵隊 Pattern Safari

「圖樣狩獵隊」原先是一家以網路為主的小雜貨舖。在 2013 年 5 月時正式在迪化街 1 段 32 巷 2 號 1 樓設立了一間實體店面。店內的宗旨是冀望能狩獵到全世界的可愛雜貨，因此才會以「圖樣狩獵隊」作為店名。店內陳設商品多元，從香氛精、茶包、布偶、陶瓷娃娃、印章、手工皂到卡片等，商品樣式及店內擺設都非常接近時下熱門的「格子趣」。目前店內的商品大多都從日本進口，此外也還有些台灣的潛力文創品牌所設計的商品。



圖 3-2-1 圖樣狩獵隊店門口



圖 3-2-2 日本「小熊學校」相關小物



圖 3-2-3 文創小物

### 3.2.2 偵探書屋

「偵探書屋」為台灣第一間以犯罪、推理、間諜小說為主的獨立書店，其店內的偵探小說依照地域、派別來分，包括本格、諜戰、魔幻志怪等，讓讀者可依個人喜好找書。書屋老闆認為所有的偵探小說，不論出自於哪個國家，都有個核心價值——「社會正義」。因此當他接受自由時報專訪時曾表示：「開這家書店其實是在做社會運動。」「偵探書屋」的目標不僅是賣書、舉辦主題活動、講座，甚至設立獎項鼓勵創作等，皆是書屋老闆未來將實行的計畫。



圖 3-2-4 偵探書屋館內



圖 3-2-5 偵探書屋門口

### 3.2.3 林柳新偶戲館

台北市西寧北路 79 號的「林柳新偶戲館」為 2005 年婦產科醫師林柳新的夫人捐贈位於西寧北路的現址設館，為了感謝其恩惠，於是正式更名為「林柳新偶戲館」。博物館同時具有展示、教學、表演等功能，共有 4 樓，展示布袋戲、傀儡、皮影戲的歷史及文物保存。

偶戲即為布袋戲結合在地戲曲、京劇技巧及劇本的一種逐漸式微的傳統表演。目前館內有兩個表演劇團，一個是致力於傳承台灣傳統偶戲的「台原偶戲團」；另一個是融合西方戲劇美學，勇於創新突破的「納豆劇團」，表演的劇場就設置在館旁。「林柳新偶戲館」為了推廣這些傳統戲劇表演，設置了布袋戲雕刻製作、親子偶戲

劇場及傳統偶戲推廣等課程，讓民眾享受表演之餘更能接參與傀儡製作過程。



圖 3-2-6 林柳新偶戲館館內



圖 3-2-7 林柳新偶戲館門口

#### 3.2.4 星巴克特色古宅「保安門市」

全球知名連鎖咖啡店「星巴克」於 2014 年 9 月 25 日正式在大稻埕開幕「保安門市」，其前身為日治時期商人葉金塗的古宅，當年以生產鳳梨罐頭致富，人稱鳳梨王的葉金塗，為當時大稻埕的富商之一。這棟建築於 1929 年落成，以巴洛克式風格（建築物華麗並結合圓拱造型及當地特色圖案的建築方式）為主的 3 層樓建築，裝潢上為繁複華麗的花玻璃，是 30 年代牌樓厝最華麗代表作之一。



圖 3-2-8 星巴克保安門市店門口

### 3.2.5 「小藝埕」、「民藝埕」、「眾藝埕」系列介紹

大稻埕的文創產業品牌非常多元，有一派人以系列的方式開設店鋪，並依照類型區分，皆以藝埕取名。目前他們成功開設了小藝埕、民藝埕、眾藝埕，未來還會發展出農藝埕、學藝埕，但因為後兩種目前還在籌備階段，在網路、書籍、報章雜誌都很難窺伺到其資訊，只有當地人略有耳聞，因此在此就先不多作介紹。大稻埕的文創產業是從小藝埕開始發跡，當地有一群青年組成團隊選定台北市迪化街一段三十二號一巷這個區域作為租地，吸引許多外地人在此發展文創產業，這個團隊就把這個地區命名為小藝埕。後來團隊為了不斷引進有抱負的青年在此發展文創產業，勢必要有更多的場地，於是他們分別找到迪化街一段六十七號及台北市大同區民樂街 22 號這兩個區域，跟地主洽談好租借場地，再把這些場地租給店鋪，這兩區域分別命名為小藝埕及眾藝埕，由於租金較低廉，眾多文創產業經由口耳相傳紛紛在此進駐。

#### (1) 小藝埕

一樓擺有兩個店面「Bookstore 1920s」及「印花樂」，二樓是另一個營業空間「爐鍋咖啡」，三樓則為展示和聚會場所。每層樓的面積各約二十五坪。

因為大稻埕在歷史上最輝煌的時刻就在 1920 年代，所以必定要來到 Bookstore 1920s 逛逛，踏入小藝埕的一樓放眼一望，無論是店內書架，或是古色古香的書櫃內都羅列著典藏書籍。此外，店家內部還特別擺了一張能讓來訪者利用的書桌。桌上一片片的刻字版，還能讓我們一同刻下屬於 1920 年代的歷史回憶。

接著讓我們走到隔壁的布坊「印花樂」，這間藝術工作室內不但擺滿獨具個性與特色圖樣的染花布，也有店長精心設計的布製掛飾、印花抱枕、手工包……等都是創意十足的作品。

沿著「Bookstore 1920s」隔壁的長階梯往上走，我們來到位於二樓的「爐鍋咖

啡」這裡是大稻埕少見的現代咖啡館，館內不但飄散著淡淡的咖啡香，木架上的茶壺杯組也給爐鍋咖啡增添了幾分古色古香。櫃台旁的牆面設計成一格格的書架，數不完的書藏令你我讚嘆。那麼我們就拉張椅子，一起細細地品嚐大稻埕一番吧！

## (2) 民藝埕

民藝埕一樓有兩個以百年民藝與當代設計為主題概念的陶瓷工藝展售空間，並代理「台客藍」這個獲獎本土陶瓷的品牌，也是銷售至亞洲各國陶藝家作品的知名品牌——「陶一二」的分店。民藝埕展示的陶瓷作品風格活潑且喜用民生必需品的概念結合陶瓷創作，因此處處可見桃型壺、蛋壺、小籠包罐等形狀充滿童趣的作品。民藝埕有兩層樓，一樓為咖啡小酒館「Le Zinc 洛 cafe & bar」，二樓有茶館「南街得意」及書法設計講座藝術空間「墨中間」。

## (3) 眾藝埕

提到眾藝埕，對於並不住在大稻埕的台灣人而言無比陌生，它其實是大稻埕一群致力發展當地經濟的民間團體繼小藝埕、民藝埕後創辦的第三個文創產業的發源基地。眾藝埕比起小藝埕、民藝埕的規模更大，是一座三層樓的建築物，對面緊鄰民藝埕，地址位於台北市大同區民樂街 22 號，從民生西路 360 號彎進一條小巷子，即能看見眾藝埕及民藝埕，如此隱蔽的位置一般人很難注意到。走進巷口，左邊樣式樸素的建築物上方紛紛掛著用黑底粉字標名眾藝埕的旗子，下方則有半原型的小小招牌標示著這棟建築物裡入駐的各式文創產業的品牌。走進樓內，別有洞天，牆上的掛畫及逗趣俏皮的擺設使整座建築讓人感到優雅別致；暖陽般澄黃燈光的投射下柔化了牆面色彩，益發予人緩慢柔和的舒適感，與簡樸的外觀徑渭分明。

## 第四章 「大稻埕慢活一日遊」企畫案

說到了大稻埕，許多人第一個聯想到的便是南北貨行、中藥行及茶行。但近一兩年來一個新興的產業—文創產業悄聲無息的在這個都市發跡，為這座城市引來新的商機。由於當地的文創產業根基尚未穩固，也沒有利用傳媒大肆宣揚，因此知情人士甚少，除了報章雜誌幾筆輕描淡寫的帶過，便很難得知相關資訊。

因此本小組經過幾番探討，決定利用設計行程帶出對新興產業的介紹，使更多人知曉大稻埕早已今非昔比。

### 4.1 文宣

當你一個人想放鬆出遊時，會選擇什麼樣的景點呢？是年輕人的享樂天堂西門町？掏金熱潮的遺址金瓜石？還是能觀望海港的淡水老街？這些皆是台灣北部聞名遐邇的觀光景點，五花八門，各有特色。但它們都有個相似點：蜂擁而至的人潮伴隨著聒喋不休的噪音，這些共同的特色渲染了這些景觀，人們很難從中體驗慢遊的滋味，這些景點已失去了緩慢悠閒的氛圍。

對於假日想好好放鬆出遊卻又不喜歡喧雜人群的遊客，習慣慢步調的銀髮族，或足跡早已遊遍各大知名觀光景點，正極欲尋找新景點的人而言，換個清新恬靜的觀光景點能符合需求。因此不妨考慮本小組設計的「大稻埕慢活一日遊」企畫案，此行程不但能充分讓你感受到這城市特有的古韻，同時探索這近十年才在此地發跡的文創商店！究竟這座融合新興產業的古埕產生了什麼奇妙變化？就讓這份企劃帶您放鬆享受大稻埕之美，見證它的新風貌。

## 4.2 企劃內容

本小組透過實地考察後，設計了大稻埕這個地方的自由行程，除了大家所熟知的年貨大街-迪化街外，本小組也在此行程中介紹了具有特色的文創小店。大稻埕新興的文創產業，使大稻埕成為一塊新舊文化交織的魅力城市。

### 4.2.1 規劃路線

捷運大橋頭一號出口→眾藝埕→民藝埕→城隍廟→迪化街→永樂市場→大稻埕戲院→小藝埕→大稻埕碼頭煙火欣賞（八月限定）

### 4.2.2 實地走訪介紹

經過幾次的實地勘查及路線規劃，我們最終選定從捷運大橋頭一號出口出發，眾藝埕為第一站。

「眾藝埕」位於台北市大同區民樂街，從大橋頭一號出口出發，往西走（台北大橋朝民權西路迴轉道）前進，於民權西路與延平北路二段交叉口向左轉，民生西路向右轉，民樂街向左轉，即可看到掛有眾藝埕粉紅色招牌的大樓。眾藝埕顧名思義即是指有聚集藝術的廣場。它作為一座樓的稱謂，這座樓裡聚集了 10 個品牌。這些品牌販售的商品五花八門、琳瑯滿目，有些商品甚至在一般的市面也很少有人聽聞。今天非常有榮幸在此為大家介紹！

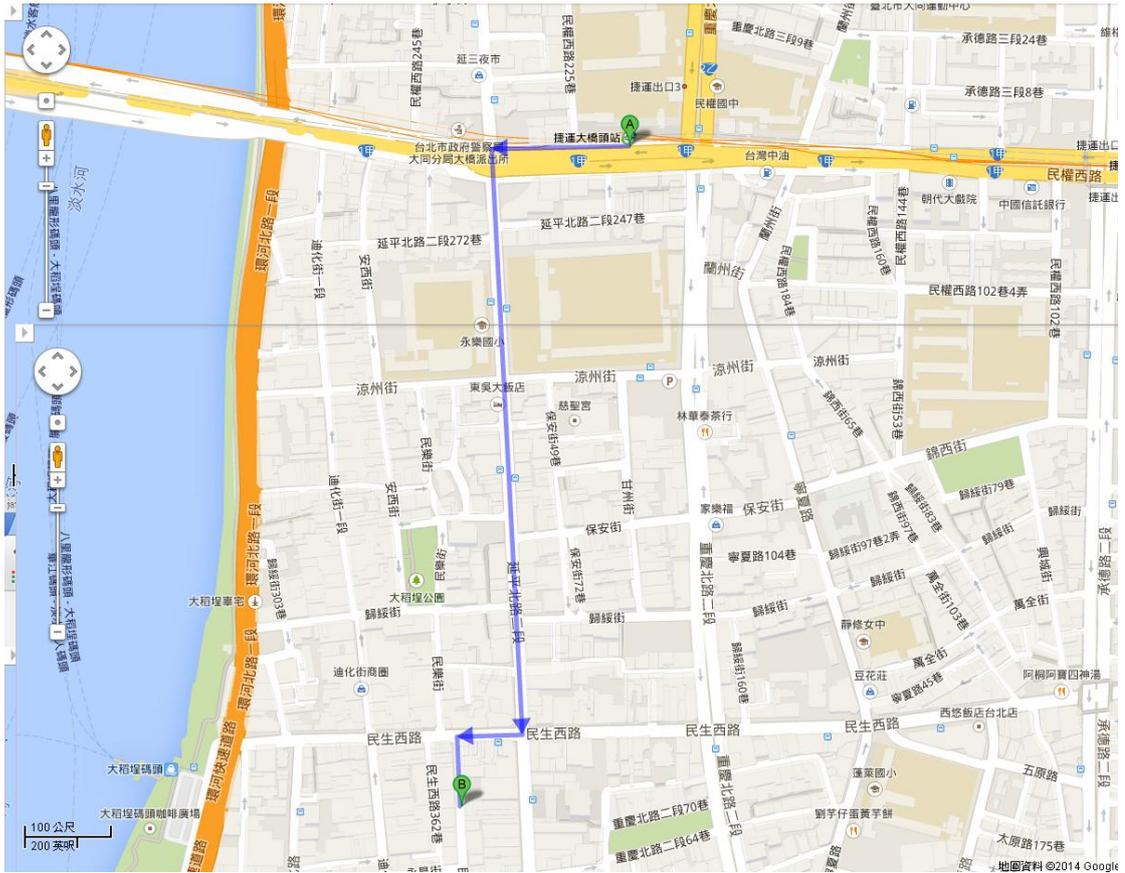


圖 4-2-1 大橋頭捷運站至眾藝埕路線圖



圖 4-2-2 眾藝埕指標



圖 4-2-3 眾藝埕招牌



圖 4-2-4 眾藝埕樓層介紹

眾藝埕有三個樓層：

一樓：「Gochic」（都市單車）、「野台竹地」（日式料理）、「花生騷」（原住民潮流服飾）。

二樓：「春豬」（手工皮革）、「俏皮」（古董相機）、「黛芙妮性感小舖」（性感洋裝、睡衣）、「攸」（雷射雕刻）。

三樓：「JFK 繪本屋」、「小停留」（手工甜點）、「布物設計」（布作生活用品）。



圖 4-2-5Gochic 單車

首先是一樓的店鋪：

「Gochic」是專為女性設計的都市自行車，優雅流暢的車身設計，媲美唇膏的鮮艷色調，由於是替女性設計，所以即便是穿著長裙也能自在騎行，價格自然不斐。推薦追求時尚、獨立、有品味女性可以來此購買，畢竟能完全符合女性需求又能顯得其優雅特質的自行車並非一般腳踏車店可以輕鬆找到的。



圖 4-2-6 野台築地

「野台築地」，單從名字很難推敲是什麼類型的餐廳。走進店家後才發現店內的布置像極了日本的居酒屋。除了兩個獨立小桌，其餘的座位皆圍繞著吧檯。販售的皆日式美食：握壽司、炸蝦、烤魚、醋拌花枝、明太子烤干貝、炸牡蠣、炒烏龍等，應有盡有。對日式料理情有獨鍾的旅客可以自行前往評鑑一番！



圖 4-2-7 春豬

介紹完一樓的商店後，我們走上了樓。狹窄的樓梯兩邊掛著幾幅可愛的圖畫，樓層與樓層間燈光昏黃，色調溫暖，讓人不由自主放下腳步慢慢欣賞。樓梯並不長，我們很快便抵達二樓，樓層左右兩邊各有一個天井，樓層並不寬，三個店家各用木門隔開，透過玻璃可清晰看見陳列的商品及擺設，彷彿娃娃屋般精緻小巧。

我們先進入「春豬」。推開門，映入眼簾的盡是琳瑯滿目的皮革織品，手提包、書包、錢包、杯墊、筆記本、鞋子等，全都是手工縫製而成。與其說春豬是一家商店，其實它更像一間工作室。它不但販售商品，也定期開手工皮包的教學課程。開課的相關資訊只要透過「春豬」的臉書官網就能找到了。喜歡親手製作手工藝品的朋友們可別錯過這千載難逢的機會。



圖 4-2-8 俏皮



圖 4-2-9 黛芙妮

接下來，我們走到了對門的「俏皮 CHO—Pi」，俏皮販售的商品可分成兩大類，骨董相機及繪本。骨董相機是 60~70 年代的美式拍立得，又稱作「寶麗萊古董相機」。他們的繪本並非兒童繪本，而是藝術性質較為濃厚的繪本，涵蓋平面設計、藝術漫畫。「俏皮」的繪本來源有兩處，一是代理英國的 nobrow 獨立出版社的書籍；另一個來源是代理歐洲年輕平面藝術家的作品，因此他們的繪本異國風情濃厚，風格多元。架上琳琅滿目的繪本令人大開眼界，讓讀者們能完全的沉醉在這些繪者所創造的異世界。

「黛芙妮」性感小鋪是販售風格成熟冶豔的女性服飾店。洋裝、馬甲、睡衣、蕾絲襪、應有盡有。結帳台右手邊可以看見一個擺滿飾品的櫃子，這些精美的飾品把這間色調略顯暗沉小鋪照得熠熠生輝。



圖 4-2-10 攸-作品集



圖 4-2-11 攸-圖騰

接下來我們走到樓梯左手邊的店鋪，從一樓的招牌可以看見「攸—專屬客製雷射雕刻」的介紹，顧名思義可知他們的販售方式是由「攸」提供雷射雕刻的技術，把客人要求的圖案、符號在卡片、木製品、壓克力板、皮革等原料上呈現出精美的成品，店內還放置一些中國古代吉祥圖式的書籍供客人參考，製作好的成品不論是送人或留作紀念都非常適合。「攸」經常會和「春豬」合作，利用雷射雕刻在製好的皮包上刻上精美的圖案。



圖 4-2-12 小停留

接下來我們順著樓梯到三樓的「小停留」休息一下。「小停留」是目前唯一一家在眾藝程開設的果汁飲茶店，店內的布置十分復古可愛，十幾張木質長板凳圍繞吧檯，牆上掛了許多畫作及精緻的飾品作為擺設，整間店給人感覺相當優閒復古。



圖 4-2-13JFK 繪本屋招牌



圖 4-2-14JFK 繪本屋內部



圖 4-2-15 特色繪本(日語)



圖 4-2-16 特色繪本(英語)

體力恢復後，我們走進「JFK 繪本屋」的大門，前來接待我們的店主是一位非常親切活潑的女性。經由介紹得知「JFK 繪本屋」被分作兩個區塊，一邊販售教授日語、英語的原文繪本，另一個區塊則是沒有桌椅的教室，店主會在教室利用繪本加上自製的小道具繪聲繪影的教導孩子一些簡單的外語單字，很多家長會一起旁聽。因此我們十分推薦闔家一同享受這優質的繪本之旅。



圖 4-2-17 布物設計

繪本之旅結束後，我們來到「布物設計」，它們的成品多樣，從後背包、錢包、椅布、桌巾一應俱全。



圖 4-2-18 Le Zinc 洛 cafe&bar

走出眾藝埕之後，讓我們走往位於眾藝埕左前方，也就是民藝埕後方的一間咖啡酒館「Le Zinc 洛 cafe & bar」。店內一盞盞的吊燈讓這裡的光線較為昏暗，不過清閒的氛圍讓忙碌的人們得以放鬆。店門口左方的吧檯後方，陳列著滿架子的洋酒。客人們閒話家常，細細品味這無一絲紛擾的氣息。



圖 4-2-19 民藝埕店門口

接著，穿過「Le Zinc 洛 cafe & bar」內最後方的小門，穿過一座小型的庭園造景，我們來到了陶藝品店—「民藝埕」。



圖 4-2-20 小籠包造型調味罐



圖 4-2-21 桃型壺

店內的櫃上、架上各擺放著民藝埕獨特的陶藝品。包含餐具、瓷器、茶杯茶壺組等，有些帶著傳統風味的設計，有些則是以傳統與現代融合，具獨特設計感的各種容器。在民藝埕中，最吸引國內外遊客目光的便是圖 4-2-20 的小籠包造型調味罐，這調味罐是陶瓷與台灣傳統美食的結合，所創作出獨具特色的藝術品。



圖 4-2-22 雪桐燈



圖 4-2-23 花瓣盤

除了茶壺，我們還看到許多稀奇古怪的燈照擺設，特點是都非常的精緻炫目。我們在「民藝埕」閒逛時發現講日文遊客占多數，有的人手上揣著一本旅遊介紹雜誌，由此可見此地隱含觀光價值並頗受日本人青睞。



圖 4-2-24 南街得意茶館



圖 4-2-25 報章介紹

然而，「民藝埕」不僅有瓷器，他們在二樓還設置了一間「南街得意茶館」。不但在一樓的階梯旁設置這家茶館的歷史和菜單的中、英文對照的介紹，還放置有介紹茶館的報章雜誌供遊客翻閱。

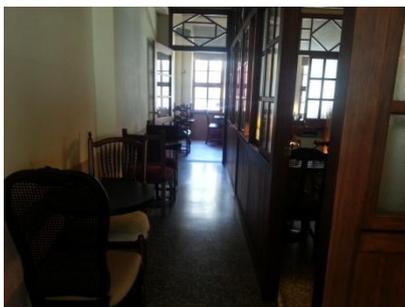


圖 4-2-26 茶館擺設



圖 4-2-27 茶館擺設

走上二樓，古色古香的木質桌椅把此地裝點的一片古意盎然，足以想見他們裝潢上費了不少苦心。這裡的店員十分親切，打了招呼後馬上問我們有什麼需求，得知我們是來做採訪後，立即詳細的介紹茶的種類、茶館的歷史和成立目的。



圖 4-2-28 拜月老流程



圖 4-2-29 拜月老流程(日文版)



圖 4-2-30 城隍廟口

出了民藝埕店門後，我們所站位置就是大稻埕最頗為人知的迪化街囉！首先往左轉走幾步路，便能看到台灣知名古蹟之一——「台北霞海城隍廟」。不管男女老幼，只要想求得平安幸福，到此向城隍老爺等神明一拜就對了；若是要求好姻緣，更是千萬不要錯過來此參拜月老的好機會！

這月老大有來頭，相傳有一位婦女來此替女兒求一個好歸宿，不久女兒真的覓得一位如意郎君，婦人於是請師傅刻了一尊月老並安置廟宇表達感激。此後越來越多善男信女來此參拜並尋得好姻緣，霞海城隍廟威名遠播，除了台灣遊客慕名而來，在大稻埕遊憩的外國觀光客也會到此參拜。廟柱上貼有如何參拜月老的方法中文及日文版，足以想見廟宇受日本人歡迎的程度。



圖 4-2-31 永樂市場



圖 4-2-32 大稻埕戲苑

「永樂市場」的特殊在於它是台灣最大的布料批發零售中心。一樓販賣生鮮食品，二樓則是琳瑯滿目的布料販售，三樓是布料加工製作。「永樂市場」的西方五公尺處則是有名的「大稻埕戲院」，經常會有各式各樣的台灣技藝團在此，表演現今較少見的民劇，如歌仔戲、木偶戲等。這些表演除了部分電視台會固定演出外，在其他地方較難看到固定公演，因此來到大稻埕絕對不能錯過「大稻埕戲苑」。



圖 4-2-33 小藝埕

最後是「永樂市場」對面巷子裡的「小藝埕」。「小藝埕」是大稻埕文創產業的發源地，雖然進駐至此的店鋪不比「民藝埕」及「眾藝埕」多元，只有三家，但也都各具特色。

一樓店鋪是「Bookstore 1920s」及「印花樂」，喜歡閱讀的人可以從「Bookstore 1920s」找到非常多珍貴的典藏書籍。「印花樂」可以讓人體驗創作桌布圖案的樂趣，走進店內，滿滿都是店家手工製作的印花布及手工包，對於喜歡手工藝品的人而言是不容錯過的掏寶之地。

當旅客們走累了，可以參考去二樓的「鍋爐咖啡」休息，店鋪周圍擺設了非常精緻的飾品，營造出休閒輕鬆的氛圍。在這樣的環境中，喝一杯甘醇濃郁的咖啡，絕對能消除一整天的疲憊感。

## 第五章 大稻埕店家實地訪談

為了能夠了解大稻埕在近年來，文創產業的進駐之下，讓大稻埕這個老地方帶來什麼樣的變化，以及店家實際發展之情況，探討店家選擇來到大稻埕開店的契機，開店後實際上面臨到營運問題，並在未來的發展上，對於自己本身產業的期望與目標，和打算為大稻埕這個地方所做的改變。同時探討此地原本的產業文化，目前互相共存的狀態，本研究小組進行了店家實地訪談。本章節將於 5.1 小節說明研究方法，在 5.2 小節呈現店家訪談稿，最後在 5.3 小節呈現實地訪談後的結果分析。

### 5.1 研究方法

本研究實地訪談了在大稻埕創業的店家，在什麼樣的因緣際會下在這個老地方開店，開店後實際上要去面臨並解決的問題，對於未來發展自己抱持什麼樣的心態，和對於大稻埕這個地方的文創產業所付出的種種心力。

實地訪談的優點為親臨現場能感受到實際店內的裝潢風格，以及店家各式商品的呈現，並且和店長面對面的溝通，得知該店從開創到現在背後的創作理念。不便之處為在採訪前和與店家協調方便造訪的時間，並且需向該店負責人做報備，還有週末因為人潮眾多的關係較忙碌，店家大多希望我們選擇平日造訪。

#### 5.1.1 研究對象

本研究為了調查大稻埕在近年來，文創產業的進駐之下，讓大稻埕這個老地方帶來什麼樣的變化，以及店家實際的發展情況，還有開店後要去面臨並解決的問題，以及對於未來發展自己的期許和想法。本研究小組針對店長做訪談，受訪店家為攸@眾藝埕門市，以及 JFK 繪本屋。

攸 UBook：客製化雷射雕刻專業製作，於 2013 年 8 月初來到大稻埕，在此設立攸@眾藝埕門市，攸為遼遠的意思，也代表筆記書系列商品中，所蘊含廣闊深遠的文化內涵，也充滿送禮者滿滿的心意。

店內擺放的商品有：皮革集線器、攸燈具、生日花吊牌、生日花吊飾、吉祥吊飾、筆記書、網點透雕卡、原木杯墊、木質杯墊等，透過客製化的程序，依客人的需求量身訂做攸禮物，商品不僅僅單純是個禮品，更是一份精緻且充滿情意的工藝品。

JFK 繪本屋：以外文繪本為主題，集合英日文童書、二手繪本，以及與繪本相關的周邊產品。於 2013 年七月底來到大稻埕，平時並不定期舉辦親子故事活動，每周三到日有舉辦故事時間，適合 3~8 歲的小朋友參加。

JFK 繪本屋是一間位於大稻埕的獨立書店，地點在霞海城隍廟的後方小巷與民樂街之間，每個月由店長親自挑選適合 0~6 歲幼兒的英日語繪本，提供給家長與老師們，並且不定期於繪本屋內的「微劇場」說故事，讓孩子們從小開始接觸英文，透過說故事的方式，以及從遊戲互動中，培養小朋友對外文的興趣。

### 5.1.2 訪談時間地點

103 年 6 月 12 日於攸@眾藝埕門市，上午十點到十一點進行訪談。

103 年 6 月 12 日於 JFK 繪本屋，上午十二點到下午一點進行訪談。

### 5.1.3 訪談問題

對於本研究探討的訪談問題，我們預先思考決定出以下題目，在訪談前先給店家過目，現場對方可任意選擇作答順序，或者隨意分享自己的創業故事，所以在 5.3 小節店家訪談稿的部分，與原先所設定的問題、內容、順序會有所出入，問題如下：

1.創立此文創店有什麼故事能與我們分享？

2.創立此文創店舖有什麼樣的理念？

3.為何會選擇在大稻埕開設文創相關店舖？

透過以上三題可了解業者在大稻埕開店的原因、契機，以及其經驗分享。

4.創立該店於大稻埕的過程中所遇到的困難與挑戰？

5.創立該店於大稻埕的過程中有什麼收穫？

透過以上兩題可了解業者特別選在大稻埕開設文創相關店舖，在此地從中獲得的利弊。

6.來客的年齡層範圍為何？

透過上述題型可了解該店消費族群的年齡層分布。

7.目前對未來有什麼樣的期許？

透過上述題型可了解業者對於自家產業的下一步為何。

8.為大稻埕居民嗎？若是的話對大稻埕的變遷有什麼感受？

9.對大稻埕這個地方有什麼看法？

透過以上兩題可了解若業者為當地居民，能得知大稻埕一路上的改變，以及與我們訪談的兩家店業者，對於此地有什麼樣的見解。

10.認為目前大稻埕吸引遊客前來的特色為？

11.覺得大稻埕目前需要改善的地方？

透過以上兩題可了解業者本身認為什麼對於大稻埕來說最有吸引力，並且在地方法行政上還必須有怎麼樣的改進。

12.對政府所規劃之大稻埕煙火節的看法？

13.此煙火節活動對店家有什麼影響？

14.希望政府給予大稻埕什麼支援？

透過以上三題可了解大稻埕有政府的宣傳和推廣之下，對於店家有何利害之處。

## 5.2 店家訪談稿

本小組將訪問內容呈現於此小節中，5.2.1 小節為「攸 UBook」的訪談內容，5.2.2 小節為「JFK 繪本屋」的訪談內容。

### 5.2.1 攸 UBook

訪談店家：攸 UBook

成立時間：102 年 8 月

訪談時間：103 年 6 月 12 日 10：00~11：00

訪談地點：攸@眾藝程門市

地址：台北市大同區民生西路 362 巷 23 號 2 樓

訪談對象：攸@眾藝程門市店長

#### Q1.大稻埕吸引你們來的原因為何？

現在有許多傳統產業面臨萎縮的問題，一開始我們公司原本是做印刷的，後來接觸到雷射雕刻並且與印刷做結合，原先第一家店是開在大安區那邊的青田街，為客人做現場客製化的雷射雕刻，很幸運地剛開始的反應就還不錯，之後因緣際會下，認識到這裡小藝埕、民藝埕的經營團隊，最初他們就是在大稻埕尋找老房子，他們當時把現今這棟眾藝埕的大樓整理好，分割成一個一個的單位，想讓各種不同想創業的人，或者是他們認為對大稻埕有幫助的產業進來到這裡。

#### Q2.覺得大稻埕這個地方有什麼特色？

我覺得大稻埕這邊有意思的地方，在這邊創業的方式跟外面相比，像是華山或是松菸那一代的設計或文創商店，我們有很大的不一樣是，我們的方式比較著重在自己在做的事情，在行銷跟宣傳上琢磨的比較少，我們認為說在這個地方好好做，

其實你是會被看見的，我們不希望說有那種一下子爆炸性的宣傳，就算突然帶來大量來客人潮，但風潮過了終究還是會消失。

Q3.當初為何會想來到大稻埕開店？

當初跟這裡的店家、業者接觸並聊過之後，發現跟我自己本身的理念很相符，所以就決定來到這個地方，其實還滿有趣的是說，原先原本是我朋友要找房子，他任職於設計公司，想要找適合承租的辦公室，原本以為這裡是專門提供這樣的場所，之後得知不是就因此找我過來參觀，我跟他們聊過後兩天就決定這裡了，所以事實上考慮的時間還滿短的，我覺得這就算是個緣分吧！其實這裡滿多人都只是因為理念相同，在口耳相傳之下很快就決定進來。

Q4.剛開始開店有遇到什麼困難嗎？

由於我們沒有著重在宣傳和行銷上面，最初開店時也沒有所謂的記者會，或是報章媒體的協助，坦白說一開始人潮真的很少，眾藝埕這個地點離迪化街主街其實也有一段距離，雖然迪化街上的人很多，但他們不見得會來到這裡，眾藝埕這棟剛建立時，我們有想過說要是人太多的話，我們的準備工作可能無法做的很確實，但在做的過程中還是會納悶怎麼都沒有人，說實在有好有壞，不過在沒有宣傳的情況下找到這裡來的人，有些人像我們一樣，都是真正對文創有興趣的同好。

Q5.從最初到店面開幕的歷程為何？

我們從去年六月開始籌備，去年八月四號開幕，時間點剛好碰上大稻埕這部國片開始宣傳，也是這邊文創產業發展的前期，這些都是我們進來之前始料未及的，因為電影所帶來的宣傳活動，也讓我們多少增加了一點知名度。

Q6.目前在經營上面臨的問題為何？

我們所做的雷射雕刻其實偏向零售業，零售業的話淡旺季非常明顯，最近五六

月就算是淡季，觀光客和國外來的遊客都很少，旺季大概從七月開始一直到過年這段時間人潮比較多，相對來講營業額明顯較高，然後我們有在評估，大稻埕目前處在一個往上走的階段，彼此都希望能撐就撐下來。

Q7.在創立的過程中有什麼收穫嗎？

每天一步一腳印的經營，每天一定都會得到所謂的收穫，以我自己在這邊來說，我不太認為我完全就是在做文創業，我們是把一個舊的產業跟舊的技術去做轉型，比如說印刷技術當中我們認為有價值的東西，再加上一些新的技術新的概念去做整合，創造出一個全新的產業，因為過去在做客製化或是雷射雕刻的人，沒有像我們這樣在店頭做一台雷射雕刻機，和客人溝通後馬上把他們想做的東西做出來，我們認為這是一個新的嘗試，就算同行業有人認為說這樣很耗時間，但我們認為這是很值得的，我們會花很多時間在和客人溝通上面，盡全力把他心裡想做的東西，轉化並呈現出來，我在創業前期非常堅持這樣做法的原因是因為，從客人的意見當中，可以得到相當多的收穫，他們可能會告訴你覺得哪種方式呈現出來的感覺更好，什麼樣的東西才是現在市場上所需要的，我們有很多商品都是藉由跟客人溝通而聊出來的。

Q8.在經營的過程中有發生什麼趣事嗎？

因為我們標榜客製化經營，所以我們接觸到的單子可說是非常的多元，基本的像是筆記本、鑰匙圈、筷子等等商品，最近遇到比較特別的案子是有位媽媽想做神主牌，而且已經找我們做第三次了，只要家裡親戚朋友有需要都會跑來找我們，像這樣的東西是我們一開始沒有想到說可以做的，最先聽到客人要求做神主牌時，其實有些不知所措，因為這中間可能會牽扯到一些關於民俗的禁忌，當初在跟客人聊時，他有些問題可能也不知道怎麼解決，但我們其實是有能力可以幫助他的，討論之後發現我們事實上是可行的，這也變成是我們改變內部構想的一個經驗，或許下一次遇到不再是神主牌，甚至任何有關民俗信仰的東西，我們就能以那次的經驗做

基底，進而發展出更多的商品。

Q9.來大稻埕之前對於這個地方的看法為？

以前單純覺得大稻埕是南北雜貨街，但在來這裡之前，有需要採買的原料就會來這裡挑選，事實上在一年前我來到這裡，就有發現這裡變得不一樣了，傳統的南北雜貨和布行漸漸變少，有些原本沒有再使用的老房子，開始做新的規劃及轉變，因為有感受到這樣子的氛圍，所以當初才會那麼快決定在此設點。

Q10.吸引來店的年齡層以及特色為何？

在大稻埕，客層可說是非常多元，多元到我們沒辦法歸納出主要客源，像是在平日會遇到特別來這邊做採買的人，其中有些人是有商業目的，以他們的年齡層來說就已非常廣泛，還有本身在大稻埕的居民，有些店家會趁著中午休息時間過來逛逛，週末則是以觀光客，或是經由報章雜誌得知消息而前來的人，也有客人是因為要送禮的需求專程來店裡做訂購，還有由於樓上是繪本屋的關係，也會遇到許多爸媽帶著小朋友一起進來參觀，更不用說是一些文青、新一代喜歡設計的年輕人們，有時這附近舉辦的活動，也會順勢帶來一些人潮，例如城隍廟舉辦活動時，就能很明顯的感受到。

Q11.希望大稻埕能有什麼改善或是政府能補助什麼？

基本上我們這裡的人其實不希望政府再多做什麼，因為大家可能都會覺得應該要求政府來幫忙，但對於現在台灣社會的狀態，公家部門看待事情的角度跟實際上真正產業所需要的東西是不一樣，比如說建成圓環現在的遭遇，像我們自己是覺得說像是華山文創園區，在大稻埕之前所說的一些文創聚落，我們認為華山到最後其實變成過度的商業化，那些真正想創業、具有特色的產業反而會受到排擠，因為這也直接牽扯到當一個地方被炒作起來的時候，最直接的反應就是在房價，房價漲了之後，像我們這樣比較小的創業體，可能就會負擔不起房租，營業額無法承擔，可

能就會因此被迫退出，在這樣的狀態之下就一定會變成大型連鎖店或是較有規模性、大型的公司才有辦法在這樣子的一個地方存活，像是西門紅樓、松菸文創園區，老實說就已經變成是這樣的一個地方了，而大稻埕這個老地方最有魅力的就在於本身的歷史背景，和新的文化相互碰撞結合出來的東西。要是捷運站通行到這裡來，房價想必會跟著水漲船高，觀光客來的速度會變很快，也可能會因為交通便利的關係，使他們在這裡停留的時間縮短，或許就因為如此他們比較不會對我們有深入的了解，為了趕下個行程就馬上離開，這樣爆炸性的人潮未必會對我們是有所幫助的，我們希望留住的是能長時間去經營客源。目前政府在永樂市場有架設 UBIKE，其實原先台北市西區 UBIKE 的數量非常少，我們覺得做到這樣的程度就足夠了，如果真的要做的話，就是希望能改善交通，像是規劃停車場的方案，我覺得在大方向及輔導方面，政府其實真的不用做太多，只要把自己該做的事做好，對這個地方多少就會有所影響。

Q12.大稻埕煙火節活動對店家有什麼樣的影響呢？

我們去年八月四號開幕，八月十號就是煙火節，事實上非常可怕，因為剛開店就遇到人潮爆滿的情況，當時店內只有四個人，都還無法照顧到所有的客人，在煙火節方面，我認為帶來大量的觀光客對於週休二日的營業額是有幫助的，但對於整個長期和大稻埕的規劃而言，商家方面並不是很有效益，如此爆量性的人潮一年也就這麼一兩次，我認為這個地方需要的是長期針對這個地方有興趣，會慢慢看、慢慢了解的客人，而不是因為煙火節才來的人，在等待煙火前只是走馬看花，一下來又一下消失，最後只留下滿地的垃圾，事後店家還必須負責清理善後。

Q13.經營到現在目前對於未來的規劃為何？

其實在大稻埕附近有許多的公司行號、商業單位，他們平常就有一些合作和採購的需求，彼此之間的關係是滿密切的，我們目前是想在這個地方把我們的品牌做的更完整，因為我們創業算是剛起步的階段，我們整個品牌的意象還沒有那麼足夠，

我們會跟附近的店家，以及在與客人的溝通上去交換一些商業經驗，因此而更了解自己需要的是什麼。一個品牌的創立，需要花好幾年的時間，大稻埕是個很適合我們慢慢去沉澱、了解自己的一個地方，使我們的內涵更加增長，或許再過個兩三年我們可以成為一個較大的品牌，增加並拓展我們的通路，去做些轉型跟改變。

### 5.2.2 JFK 繪本屋

訪談店家：JFK 繪本屋

成立時間：102 年 9 月

訪談時間：103 年 6 月 12 日 12：00~13：00

訪談地點：JFK 繪本屋

地址：台北市民生西路 362 巷 23 號 3 樓

訪談對象：JFK 繪本屋店長

Q1.為何會選擇在大稻埕這個地方開店呢？

我原本是專門講繪本故事書的老師，講著講著有一天我的先生問我，要不要開一間書店呢？所以這家店就是他送給我的，其實我們就住在這邊，我先生從小住在雙連，而他的爺爺跟爸爸都曾經在迪化街這裡做過生意，因此就想說把書店也開在這裡。

Q2.大稻埕那邊的小藝埕、眾藝埕、民藝埕有什麼關聯呢？

他們都所屬同一個負責人，他的出發點就是想復興這裡的土地，想讓這邊更熱鬧一點，其實我先生一直都在幫他做顧問，在他身邊適時給他意見之類的，而這個負責人是從小藝埕出發的，命名的由來是因為他的名子跟「藝埕」同音，一開始他先在小藝埕開了間咖啡廳，然而要在大稻埕這個許多店賣茶的地方開咖啡廳是不容易的，所以他是慢慢的才做起來，讓原本喝茶的人也有興趣來喝咖啡，接著他的第

二個挑戰是在民藝埕開間茶館，要在一個這麼多店家賣茶葉的地方開茶館，本身就是滿有挑戰的，最初他是先跟大稻埕這邊的人搏感情，進而慢慢相處之下，就有人問他我們這邊有房子要不要過來承租，而大稻埕這邊的屋主，很多人本身就很喜歡這個地方，所以他們可能也不希望隨便就租給一個生意人，而是想租給對這個地方有理想，真正想為這裡付出的人。

Q3.可以簡單介紹一下繪本屋以及眾藝埕的理念嗎？

由於負責人不方便受訪，所以由我來替他做說明，我先生算是該負責人的助理，眾藝埕一開始是我先生的構想，由「民眾」為出發點，這邊就包括一些工藝產品，比如說腳踏車、皮包、原住民潮牌服飾、客製化商品，而原本我們繪本屋這裡是要計畫開餐飲店的，當初在這裡比較有特色的餐廳並不多，但最後負責人還是願意把這個地方，讓給我們打造一間繪本書店。我認為每一個地方都應該種下一顆小種子，有孩子就會讓此地成長，我們覺得這裡是個很有展望的地方。

Q4.平時會做宣傳來增加繪本屋的知名度嗎？

雖然大稻埕這邊跟外面商家比較起來相較之下人潮沒有那麼多，這邊有些店一開始都是從網路商家開始，慢慢的才有實體店面，而我們這家店的話，因為我本來就是在不同的地方講故事，雖然沒有固定的場所，但有些家長相處久了也熟識了，之後開了繪本屋這家店，馬上就獲得了他們的支持，另外我覺得在這邊開店要有一些經驗，要是沒有經驗就開的話，剛開始可能會有一點辛苦的。

Q5.剛開始是怎麼經營繪本屋的？

我這邊的客源大概有百分之七十都是家長，因為我之前到處在各個繪本館講故事，所以很多客人都是經由口耳相傳，親朋好友介紹之下而找到我們這裡，我原本的理想是只要有一間教室我就很開心了，然而後來有了書店，當然書店也是其中很大的一個助力，有些人在買書的同時，也就會發現這裡有說故事的教室，不然外文

的繪本價位通常偏高，一般人會無法接受，有人可能想說也看不太懂，但透過講故事的方式之下，讓書中的角色變得栩栩如生，就會讓人感到特別、生動了起來，然而講完故事後，有些家長也會因此想詢問有關繪本的資訊，這也變成了一個商機。

#### Q6.開店有遭遇到什麼困難嗎？

這個地方很有趣的就是，有個很明確的主題就是文創，所以會受到滿多媒體、報章雜誌的注目，但基本上人潮還是最主要的問題，比如說我這個點，單純路過的人其實是不太買書的，頂多翻一翻買個兩本書，單靠這樣子店是無法經營的，也就是說你要很明確知道你的主要對象會是誰，我們這邊有些家長，願意從林口或是南港開車過來，聽我們講故事順道買書。說實在我們算是還滿客製化的，因為我們這邊講故事主要是用外文講，小朋友其實是很挑剔的客人，要是我們講的讓他們聽不懂，或是沒有引起他的興趣，可能才剛開始講故事，他就跟爸媽說要回家了，我們教室大概能容下十組親子，爸媽們也全程都在看著你教小孩，所以這份工作的事前準備是要非常足夠的，每一本書都有它必須搭配的歌和教材，必須把書設計成讓小孩會感興趣的東西。

#### Q7.平日跟周末的來客量為，若是相差太大該如何平衡呢？

周末的來客量還是比較明顯，尤其是禮拜六或是有節日的時候，剛開幕的時候當然是有熱潮期，大家都很有興趣會來，但漸漸地過了剛開始的那種新鮮感，之後就要靠你自己的努力去吸引人潮，我覺得書店是很需要搭配活動的，尤其是繪本這一塊。其實書店是很難經營的，一本書的利潤老實說非常的低，台灣的出版社也都在拚價錢，再加上還有網路商店的競爭，平常要是沒有辦活動，來客量真的是相當的少，有時甚至一整天的營業額都還沒有辦法付員工的錢，所以書本和活動一定要互相搭配，一旦有辦活動就一定會吸引人潮，而這些客人也是真的對書本有興趣的。

Q8.政府若在大稻埕舉辦活動，對你們商家有什麼影響呢？

因為我們這棟樓的位置沒有說很特別，也沒有在人潮一定會經過的地方，所以其實影響沒有很大，但多少是會好一點點，不過實際上沒有很大的利害關係，大馬路上的店家比較能因此受惠。

Q9.目前開店到現在有什麼收穫嗎？

我們這邊很多店家都覺得碰到許多有趣的人，像我以前因為在各種不同的地方講故事，講完後馬上就跟對方告別了，並不太會認識到對方，然而開店之後很容易就會跟對方混熟，甚至是他們整個家庭，還有也會認識到許多出版社的人，就是你接觸到的人是比較廣的，藉由開店的關係也因此認識跟自己同行的其他老師，有老師是懂日文的、教音樂的、或是畫畫很厲害的，我有教室之後我也就能請這些老師來一起辦活動，我覺得現在這個社會你的人脈很重要，認識的人多當你在找工作時，就比較容易有機會，我覺得年輕人從小就要培養學習社交，對未來一定多少都會有幫助，整體來說，繪本屋這裡跟我之前的工作相較之下，對我來說算是個比較有趣的行業，希望我能持續這樣做下去。

Q10.對於未來有什麼樣的期望呢？

我們這邊是一個獨立書店，我們的志向其實沒有很遠，但以後要是可以做好，當然願意朝「信誼基金會」那樣發展。不過目前沒有開分店的打算，現在只希望這邊的課能固定都有八九成，課程能一直吸引到學生，並同時也能顧及到書店，希望能這樣一直穩定的經營下去。事實上我大部分的時間都在講故事，我是負責書店的軟體這一塊，要是我生病的話，這邊的營收可能是零，所以之後慢慢的會希望邀請別的老師，來這裡幫忙授課。以後我可能會想退居幕後，請別的老師來幫忙，我也才有更多的時間去挑書，選擇價錢更合理的東西。

### 5.3 研究結果

本研究為調查以文創產業為型態的商店，在大稻埕的開店經歷、經營模式，以實地訪談的方式對攸 UBook 以及 JFK 繪本屋進行了解。兩家店皆於 103 年 6 月 12 日進行訪談，並於實地調查後，將研究結果之分析於此章節呈現。

#### 5.3.1 開店經歷與心路歷程

首先先以攸 UBook 做介紹，他們公司原本是做印刷的，但面臨到傳統產業萎縮的問題，之後進一步將雷射雕刻與印刷做結合，後來在因緣際會下，認識到小藝埕、民藝埕的經營團隊，剛好當時他們即將再創辦以民眾為主題的「眾藝埕」，由於發現彼此理念相符，店長只花兩天時間就決定將店家落腳位於大稻埕的眾藝埕。不過剛開始開店，他們就遇到人潮不如預期的窘境，眾藝埕的地理環境離迪化街主街有一段距離的關係，雖然迪化街上的人很多，但不見得會順道路過這裡，店長也沒有著重在宣傳和行銷上面，而是靠著一步一腳印，透過客製化的服務，站在消費者的角度去著想，積極滿足客人的需求，藉著客人口耳相傳之下，進而打開知名度。

而 JFK 繪本屋之所以會選在大稻埕開店，由於店長的先生從小住在雙連，他的爺爺跟爸爸也都曾經在迪化街這裡做過生意，因此就把書店開在店長先生有著深厚感情的大稻埕。至於店長本人原本是專門講繪本故事書的老師，有了屬於自己的店家後，也就不需要再像以前，到處奔波去各個地方講故事了，至於開店最重要的人潮方面，一開始跟攸 UBook 一樣不盡理想，店長是靠著之前四處講繪本故事書而認識的人脈，很多家長特地來到這裡，就為了希望孩子能繼續聽她講故事，之前她在別的地方相處的顧客，也就因此慢慢的找到這裡來。

### 5.3.2 經營模式與未來展望

攸 UBook 所做的雷射雕刻其實偏向零售業，零售業的淡旺季非常明顯，旺季大概從七月開始直到過年，這段時間人潮較多，相對來講營業額明顯較高。為了不讓淡旺季的營收相差那麼大，只能努力踏實的去培養客源。店長非常注重和客人之間的溝通，並標榜客製化經營，每件產品都有它的獨特性，並且從客人的意見當中，可以獲得相當多寶貴的資訊。透過與客人的耐心諮詢，能得知什麼樣的東西才是現在市場上所需要的，進而更能清楚掌握市場趨向。

目前店長希望在大稻埕這個地方，把自家品牌做得更完整。她認為開店到現在僅約一年時間，品牌意象還沒有那麼足夠，仍須和其他廠商，以及在與客人的溝通上去交換商業經驗。店長決定先在大稻埕這個地方慢慢發展，等再過個兩三年，或許他們可以成為一個較大的品牌，進而再增加並拓展通路，去做些轉型跟改變。

JFK 繪本屋從一開始單純只有書店，後來在旁設立了專門講故事的教室，適合家長和三到八歲的小朋友們一同參與，店長說目前整家店的趨向還是以講繪本故事書為主，家長和小朋友參與活動後，自然就會對繪本產生興趣，進而想詢問有關書方面的資訊，不然單靠書店的收入來源，可能是會經營不下去的，此外該店會在週末不定期舉辦活動，增加話題性也可為店家達到宣傳效果。店長目前的志向覺得保持現在的狀況就好，希望課程能持續吸引到學生，並且同時也能顧及到書店的經營，之後可能會邀請新的老師加入這裡，她才有更多的時間去挑選繪本，把更多有趣新

奇的故事書呈現給孩子們，透過家長們的口耳相傳，新知也慕名而來，便能順道重新認識大稻埕這個地方。

### 5.3.3 業者眼中的大稻埕

兩家店店長之所以選在大稻埕這個地方開創店家，攸 UBook 店長(以下簡稱 A 店家)認為大稻埕此地具有特色，且不同於現在的華山以及松菸文創園區，反而有種

給人太過商業化的感覺。而 JFK 繪本屋店長(以下簡稱 B 店家)，則是因為她先生從小就在大稻埕這裡長大，對此地已有一定的感情，自然也就想把店開在這裡。兩家店店長都說，這裡的房東並不會隨便把房子出租出去，而是希望租給對這裡有理想，真正想為這裏付出的人。然而兩家店店長都覺得大稻埕此地的知名度目前都還沒有很高，週末的客源量才會比較明顯。A 店家靠著與客人接觸，溝通產品相關的問題上，同時可成為改變內部構想的一個經驗，進而發展出更多元有創意的商品，藉此而更提升知名度。B 店家則是不定期舉辦活動，吸引爸媽帶著小朋友們來參加，同時也能促使民眾走進書店，進而提升繪本的銷售。而在希望政府改善大稻埕這方面，A 店家敘述的比較多，她表示大稻埕最有魅力的在於本身的歷史背景，和新的文化相互碰撞結合出來的東西，要是捷運站通到這裡來，房價想必會跟著水漲船高，使觀光客人數大量增加，這樣爆炸性的人潮或許未必對店家是有所幫助的，但基本上還是希望能改善交通問題，或者像是規劃停車場等方案，而 B 店家則表示，政府在大稻埕舉辦活動的話，對他們而言影響不大，沒有絕對的利害關係，還是要靠自己在大稻埕這裡一步步成長。

從兩家店的訪談中可得知，大稻埕的知名度及來客量皆有待提升，然而商業性的炒作，或政府的宣傳活動，所帶來一時爆炸性的成長，並非他們所期望的，反而希望能靠著自家商店的產品、服務，來滿足客人、建立口碑，進而帶動其他客源使營業額提升，穩定且持續性的成長才是店家所期盼的。另一方面，從兩家店的訪談中可以發現，選擇在大稻埕開店的新店家，許多都是基於對這個地方歷史的熱愛，期許自家商店的加入，能為這個古埕帶來新的人文氣息。然而，大稻埕這個地方隨著時代的變遷，風貌也漸漸地有所變化，在新產業的進駐下，與古埕文化做結合，讓越來越多人認識此地，甚至對於舊有的印象產生改觀，使得古埕與新產業巧妙地相繼共存。

## 第六章 問卷調查

本小組為了解台灣民眾對於大稻埕的認知，藉此研究大家對於大稻埕這個地方的熟悉度、以及在世代變遷、新興產業進駐後大稻埕的市場定位、而進行問卷調查。

### 6.1 問卷題目

針對研究目的所設計的問卷調查：

Q1、請問您的性別為？

Q2、請問您的年齡層為？

透過以上兩題可得知問卷調查對象的性別及年齡層分布。

Q3、請問您知道大稻埕確切的地理位置嗎？

由上述的題型可得知對於大稻埕的知名度，以及基本地理位置上的認知。

Q4、請問您去過以下地方嗎？

(迪化街、城隍廟、永樂市場、大稻埕戲院、大稻埕碼頭)

由上述的題型可得知民眾前往大稻埕之景點為何。

Q5、請問您去大稻埕的原因為？

由上述的題型可得知民眾前往大稻埕之目的。

Q6、請問您沒有去過大稻埕最主要的原因為？

由上述的題型可得知民眾沒有去過大稻埕的理由和因素。

Q7、近年來新興產業進駐大稻埕(如手工藝品店、複合式咖啡館、主題餐廳、藝術繪本屋、潮牌服飾店等)，有這些新興產業的進駐，會提升您前往大稻埕的意願嗎？

由上述的題型可得知民眾對於文創產業進駐大稻埕是否有吸引力，以及其接受度。

Q8、請問您仍沒有意願前往大稻埕最主要的原因為？

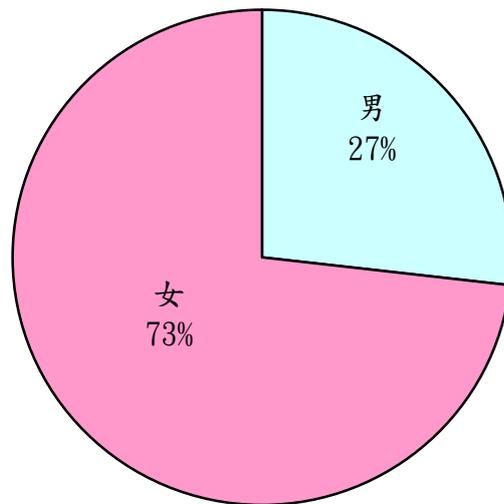
由上述的題型可得知民眾對於文創產業進駐大稻埕，以及本身的交通問題，是否影響造訪意願。

Q9、您認為大稻埕目前仍需改善的部分為？

由上述的題型可得知民眾較希望政府為大稻埕所做的改善、實行的政策。

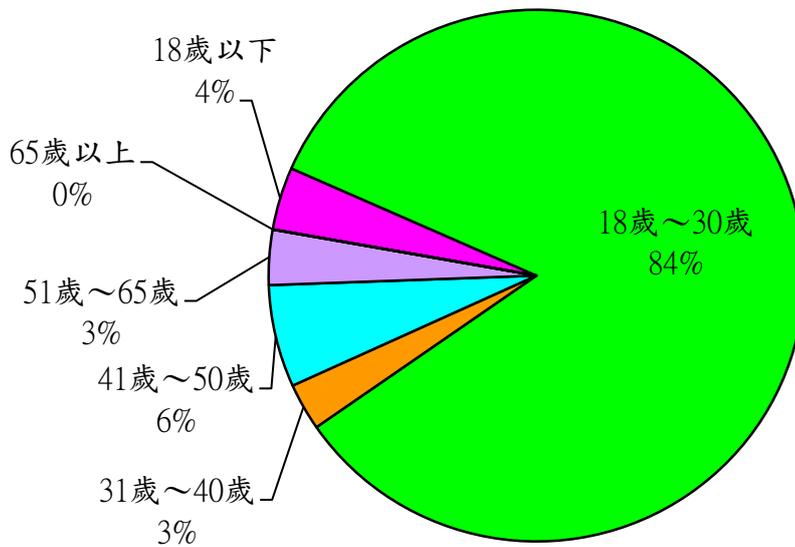
## 6.2 總結問卷調查結果

本小組透過網路平台以及紙本問卷發放的方式，總計取得了 209 份樣本，其中網路占 147 份，紙本 62 份；女性占 153 份，男性僅 56 份。



資料來源：本專題調查結果

圖 6-2-1 本問卷調查樣本數



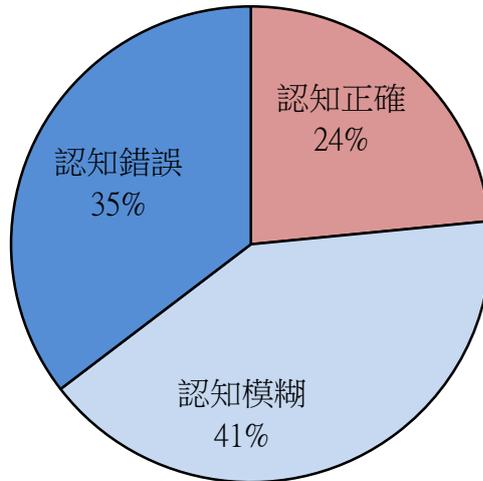
資料來源：本專題調查結果

圖 6-2-2 填寫問卷民眾年齡分布的比例

由圖 6-4-1 及圖 6-4-2 可得知，本次協助本小組填寫問卷的民眾女性居多，約占 73%，而男性占 27%。

在年齡方面，18 歲以下的受訪者為 4%，18~30 歲的受訪者為 84%，31~40 歲的受訪者為 3%，41~50 歲的受訪者為 6%，51~65 歲的受訪者為 3%，而本次調查並無訪問到 65 歲以上的民眾。由以上結果可得知，本次協助本小組填寫問卷的民眾年齡層大多為 18~30 歲，也就是說在本次的調查中受訪者大多為年輕族群。

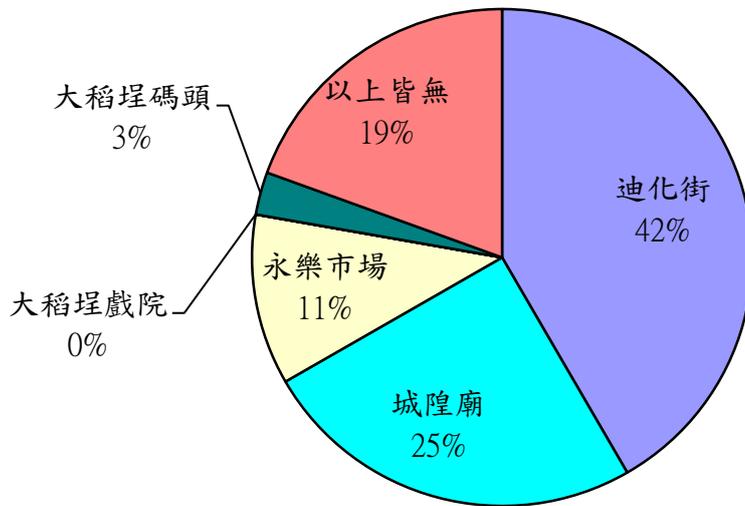
由於本小組在這次的調查中有 7 成的樣本皆是透過網路平台所取得，這很有可能是造成本次調查受訪者年齡層皆集中在 18~30 歲的主要因素。



資料來源：本專題調查結果

圖 6-4-3 民眾是否去過大稻埕並了解正確地理位置的比例

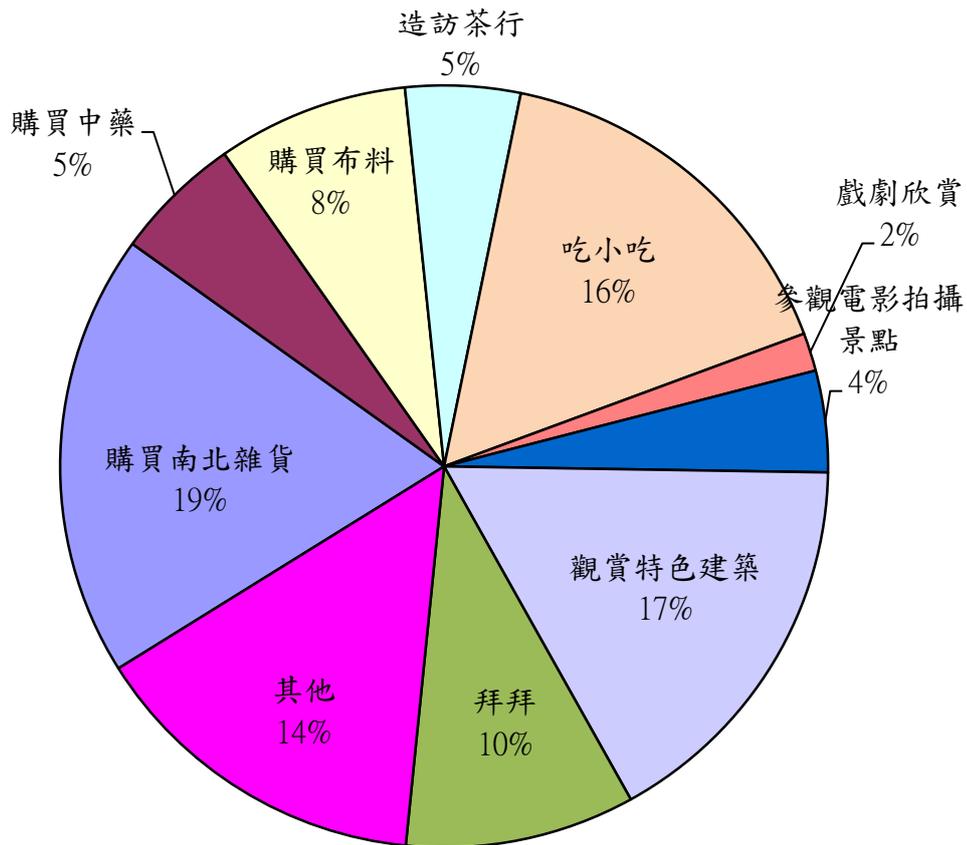
圖 6-4-3 為本專題問卷第三題「請問您知道大稻埕確切的地理位置嗎？」之調查結果統計圖，問卷調查結果顯示：認知正確的人占 24%，認知錯誤的人占 35%，僅清楚大稻埕某些知名景點，如迪化街，但不知道正確位置等認知模糊的人占 41%。由此問卷可知，清楚大稻埕地理位置的人不到 3 成。大稻埕地理位置是以大橋頭捷運站往南至北門，大稻埕碼頭往東至雙連捷運站；而根據問卷調查，一般民眾對於大稻埕的定義多為迪化街商圈至大稻埕碼頭為主。



資料來源：本專題調查結果

圖 6-4-4 民眾是否去過大稻埕的知名景點

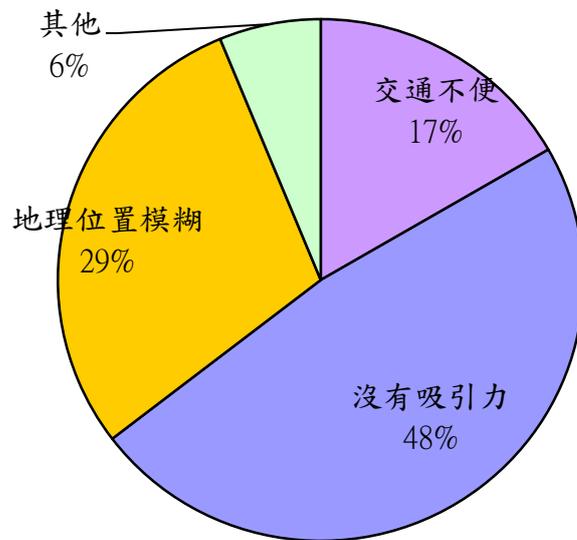
圖 6-4-4 為本專題問卷第四題「請問您去過以下地方嗎？」之調查結果統計圓餅圖，問卷調查結果顯示：不知道大稻埕位置的人當中，其實去過且第一常去的地方是「迪化街」，第二則是「城隍廟」。也就是說，即使不了解大稻埕的地理位置，這些最具大稻埕代表的景點，也是獨具其名氣。



資料來源：本專題調查結果

圖 6-4-5 民眾前往大稻埕原因的比例

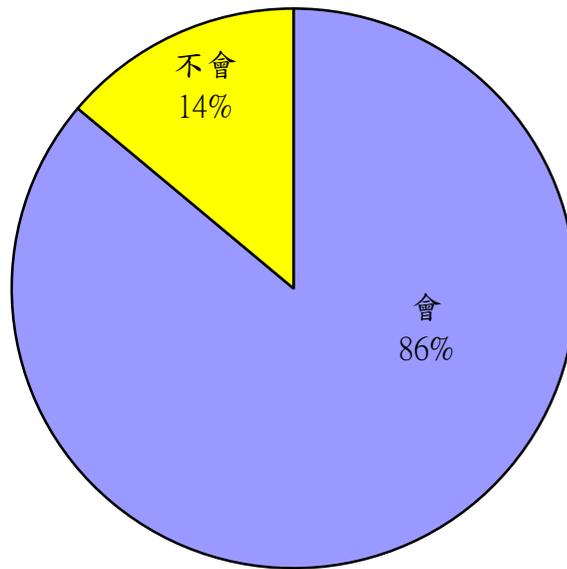
圖 6-4-5 為本專題問卷第五題「請問您去大稻埕的原因為？」之調查統計結果，問卷調查結果顯示：最多人去大稻埕的原因為購買南北雜貨，占 19%；其次為觀賞特色建築，占 17%，其餘占 6% 的其他原因則非常多元，有教學、看煙火、拍照、路過、騎單車等，除了煙火有 5 名人士填選，騎單車兩名。現今迪化街以販售南北雜貨及布料聞名，因此前往大稻埕的原因也不意外地多是購買南北雜貨為主要目的；一般旅遊雜誌介紹台灣的歷史建築、古蹟，很少會提到大稻埕的特色建築，因此第二名為觀賞特色建築有些出乎本小組的意料之外。由此可見國人是非常欣賞大稻埕的建築古蹟、人文薈萃。這樣的調查結果顯示大稻埕特色建築的觀光價值，若能妥善保存、修復這些建築物並結合文創產業，定能吸引更多的人潮，重新喚起民眾對這塊土地的重視。



資料來源：本專題調查結果

圖 6-4-6 民眾沒去過大稻埕原因的比例

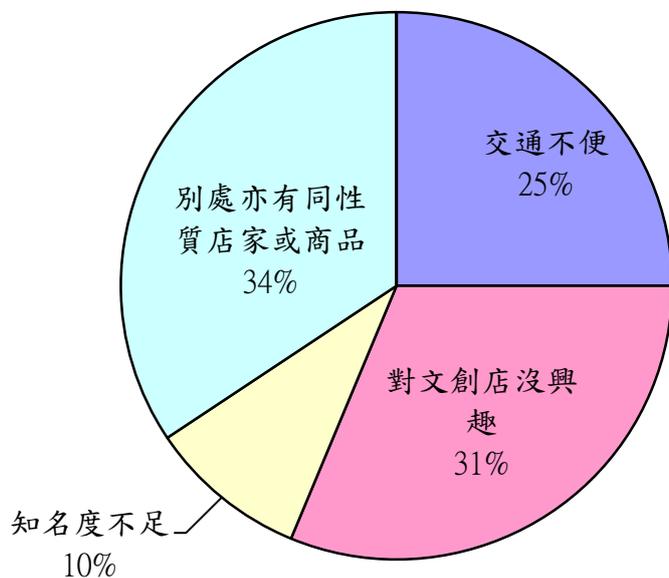
圖 6-4-6 為本專題問卷第五題「請問您沒有去過大稻埕最主要的原因為？」之調查統計結果，問卷調查結果顯示：比例最高的原因為大稻埕沒有吸引力，占 48%，近二分之一的人選擇這個答案。由於這次替本小組填寫問卷的民眾，以年齡層 18~30 歲的人數占 8 成以上，因此本小組判斷大稻埕此景點對 18~30 歲的年輕族群來說，吸引力不足。若能設計套裝行程能幫助民眾了解大稻埕的地理位置，以改變民眾認為大稻埕沒有吸引力的看法。



資料來源：本專題調查結果

圖 6-4-7 民眾是否會因文創產業進駐而前往大稻埕的比例

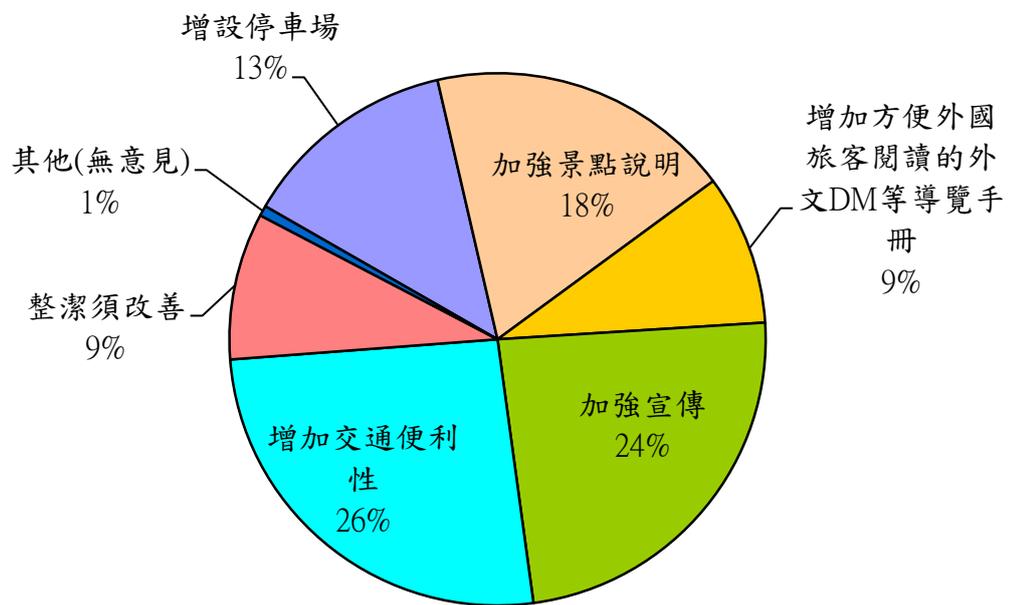
圖 6-4-7 為本專題問卷第七題「近年來新興產業進駐大稻埕(如手工藝品店、複合式咖啡館、主題餐廳、藝術繪本屋、潮牌服飾店等)，有這些新興產業的進駐，會提升您前往大稻埕的意願嗎？」之問卷調查統計圖，問卷調查結果顯示：有將近九成的民眾對文創產業抱持興趣。因此本小組判斷大稻埕文創商品有足夠的獨特吸引力和將人潮帶往大稻埕的潛力。



資料來源：本專題調查結果

圖 6-4-8 民眾對文創產業進駐仍無前往大稻埕意願的比例

圖 6-4-8 為本專題問卷第八題「請問您仍沒有意願前往大稻埕最主要的原因為？」之調查統計結果，問卷調查結果顯示：仍無意願前往的人當中，最大的原因為別處亦有同性質店家或商品，占 34%；對文創產業沒興趣者，占 31%；覺得交通不便不願前往者，占 25%，數據中也包含「不知道也沒去過的人」，當本小組詢問這群人為何會選擇「交通不便」答案，是因為捷運沒有直達的緣故。最小原因為知名度不足，占 10%。由此圖可得知，不論是新興產業或文創產業，仍無法吸引不曾去過大稻埕的民眾前往，交通不便及知名度不足這種和產業較無關的原因佔少數比例。



資料來源：本專題調查結果

圖 6-4-9 民眾覺得大稻埕仍需改善地方的比例

圖 6-4-9 為本專題問卷第九題「您認為大稻埕目前人需改善的部分為？」之調查結果，問卷調查結果顯示：比例第一名認為需要改善的部分為增加交通便利性，占 26%，第二名為加強宣傳，提升知名度，占 24%，第三名為需加強景點說明，占 18%，由此數據可得知大多數民眾希望大稻埕的聯外交通能做出改善，並且顯示大稻埕的知名度沒有很足夠，政府仍需加強宣傳、景點說明。其次依序為增設停車場，占 13%；整潔方面需再改善，占 9%；增加方便外國旅客閱讀的外文 DM 等導覽手冊，占 9%；而有 1% 民眾表示無意見。其中票數第一名的增加交通便利性和第四名的增設停車場共占 39%，由此可見現今大稻埕最需改善的即是交通問題。

## 第七章 結論與建議

本研究為探討文創產業的進駐是否起到活化大稻埕產業的作用，真能提升更多民眾造訪大稻埕的意願。綜合歸納本研究各章節中的探討、分析後，將本研究的結論整理於此章節中，本章 7.1 小節為本小組研究之結論；7.2 小節則是本小組針對大稻埕所設計的行程方案簡介；7.3 小節是由訪談紀錄彙整出文創店家的經營實境及難題，並於 7.4 小節總結文創產業的進駐是否會增加一般人前來的意願。

### 7.1 研究結論

在本小節中，我們將一一列出本研究在 1.3 小節中所提到的問題，並整理出本小組經由本次的研究所得到的問題的答案。

#### 7.1.1 大稻埕沒落之原因？

曾是台北地區最繁華鼎盛的大稻埕，從清末到日治時期，大稻埕無論在經濟、文化、社會活動各種方面上都扮演著十分重要的角色，但為何到了今日已不見大稻埕當時的風光？本組所研究的因素主要為下列幾點：

1. 台北市發展迅速，城市重心東移所導致的風光不再如同以往，且時代的進步讓大稻埕發展又更為緩慢。

2. 一般大眾只熟悉迪化街、城隍廟、茶行...等知名地標，卻不曉得大稻埕還有許多豐富的人文建築及文創產業。

3. 知名度不夠、交通不便等因素造成年輕人對大稻埕的不熟悉，以及前往的意願。

### 7.1.2 文創產業的進駐對大稻埕帶來什麼變化？

主要的差異是文創產業未進駐前，當地產業多為中藥、南北雜貨，皆為當地人經營，產業結構單一、重複性高，限制了消費族群及造訪的民眾；文創產業進駐後逐漸擴張形成商圈，磁石效應吸引了更多外地青年前來發展文創事業，改變了大稻埕的產業結構，吸引的客源更加廣泛多元。從前來訪的外地人大多是為了購買中藥、南北雜貨；現在文創熱潮的來襲也是吸引外地人前往大稻埕的原因之一。若能把文創產業結合當地人文薈萃、特色建築，定能激發更多樣化的行業選擇及拓寬消費族群。

### 7.1.3 為什麼有一部分青年會選擇在大稻埕開設文創商店？

本小組經過店家實地訪談及問卷調查分析後認為有以下三個主因：

1. 當地政府鼓勵外地青年來此發展文創事業
2. 當地同性質的文創產業不多，競爭力較低
3. 當地的建築古蹟、傳統技藝保存較為完善，很適合跟文創產業作融合

### 7.1.4 歷史、文化、社會、經濟等多元素價值對大稻埕有哪些影響？

大稻埕因開通港口後，導致來往貿易船隻絡繹不絕，洋行林立，那時遺留下的那些融合西方美學的建築物成了大稻埕的特色之一。大稻埕不僅完善保留了當地的歷史建築，一些在台灣其他地方已經凋零傳統的藝技、藝術表演，諸如布袋戲、歌仔戲、皮影戲等，在當地都受到很好的保存，當地的人也致力於推廣這些傳統藝技，造就整座城市充斥著一股人文氣息濃厚的古韻，使大稻埕兼具有歷史、藝術、學術的研究價值。

### 7.1.5 如何宣傳大稻埕？

經過本小組的研討及問卷結果分析後，列出下列四種重新包裝的方法，翻轉一般人對大稻埕只有南北雜貨的老舊印象：

1. 結合當地的新舊產業及古老建築物發展觀光事業。
2. 利用網路、大眾傳媒或報章雜誌來宣傳大稻埕。舉例，對 80、90 世代的青年而言選擇出遊、享受美食的地點目前最受歡迎的方法是聽從部落客的建言。
3. 改善環境整潔。
4. 在大稻埕舉辦活動。有名的例子是「大稻埕煙火節」，此活動不但成功吸引人潮並打響了大稻埕的名號，促使大稻埕有機會發展當地觀光及經濟。

### 7.2 利用行程企劃包裝大稻埕

透過第四章的套裝行程一日遊，來結合當地人文產業、民俗風情等因素，來設計觀光路線。透過這個套裝行程，可以讓更多人認識大稻埕。而本小組認為，除了套裝行程一日遊以外，市府也需要有個完善的觀光導覽措施。例如：日本遊客及其他外國旅客來觀光時，從他們身上看出只拿旅遊書來大稻埕旅遊，卻不見當地觀光導覽手冊或是相關導覽地標。由此可知，大稻埕有潛在的觀光價值，可見市府在宣傳大稻埕的部分不夠於完善。

### 7.3 文創店家的訪談心得

本小組透過第五章的訪談問題進而了解，從「攸 UBook」、「JFK 繪本屋」等文創商店的實際走訪與訪問結果，我們發現這些店家在大稻埕經營的時間並不長，且皆為外地人。從言談中本小組發現他們對於文創產業有一份堅持，並致力於將這些文創產業推廣出去，像是令本小組印象深刻的「攸 UBook」，我們曾詢問為何會選

擇在大稻埕開設店鋪，店長則表示他們並不願意把他們的技藝變成純粹的商業性質。若在別處如「華山文創園區」等從業競爭激烈的商圈開店，很快就會面臨淘汰命運，亦或是被其他店家同化，變成純粹以營利為主的商家。因此才會選擇將店家開設在大稻埕，因為當地的文創產業近幾年才剛起步，較不會有上述的問題。透過這次的訪談我們知道文創店家為什麼會選擇來大稻埕開店的原因，本小組也相信在大稻埕這座人文建築保存完善的古埕一定能成為這些築夢青年很好的發展舞台。

#### 7.4 結語

本研究主要目的為探討大稻埕新興產業的進駐，是否能促進大稻埕發展。從以下三點可得知：

- 1.問卷第七題顯示文創產業的進駐會提升民眾前往大稻埕的意願。
- 2.過去的大稻埕產業結構單一，消費族群固定；現今的大稻埕產業多元，不但拓寬消費族群也帶來光觀的商機。
- 3.吸引年輕族群來大稻埕創業並帶動經濟發展。

大稻埕的文創產業比起華山文創園區、西門町等交通更為方便的地區，其優勢在於跟上述地區相比，它擁有豐富的歷史建築，保存完善的台灣傳統藝技，並能跟文創產業做結合，使民眾在享受文創商品帶來的娛樂同時也能感受當地濃厚的人文薈萃，再加上當地有一群年輕人有系統的引進這些文創商家並錯開同性質的商店，使其形成商圈又不會彼此競爭，使當地的文創產業獨特、多元，提升觀光商機並翻轉大稻埕予人老舊陳腐的印象，重新喚起民眾對大稻埕的重視。

本小組藉由第二章的歷史探討來概述整個大稻埕的過去以及現在的發展；藉由第三章的店家介紹描述大稻埕鮮為人知的一面；再透過第四章的套裝行程，讓民眾實地走訪大稻埕，親身體驗大稻埕古今的差異。接著，藉由第五章的店家訪查過程內容，了解店家選擇大稻埕的原因、其創業理念及未來方向。同時，為了瞭解民眾對大稻埕有多少認識，本小組透過問卷調查結果以作本研究的分析參考依據。

最後，由於本研究這次的研究時間及資源有限，技術方面仍有不足的地方，問卷調查方面也有採樣不夠完整、客觀的問題，未來亦可繼續進行深究，取得更完善的資料。本研究也建議市府推動大稻埕的宣傳及規劃，讓大稻埕的好可以被更多人看見。

## 附錄一問卷調查

親愛的朋友您好：

我們就讀致理技術學院應用日語系，本問卷為進行專題研究調查，台灣民眾對於大稻埕的了解，需要您提供我們寶貴的意見。調查之結果僅用於專題研究，資料保證絕對不外洩，或作為其他用途，非常感謝您的協助。

專題指導老師：林佩怡老師

專題小組成員：詹靜宜 歐佳琳 蘇紋瑩 陳文孝 陳惠琳 林柏翰

專題市調目的：對於大稻埕之認知

1.請問您的性別為？男女

2.請問您的年齡層為？18歲以下18歲~30歲31歲~40歲41~50歲

51~65歲65歲以上

3.請問您知道大稻埕確切的地理位置嗎？

知道且去過，大概在\_\_\_\_\_ (請跳第5題作答)

知道但沒去過，大概在\_\_\_\_\_ (請跳第6題作答)

不知道(請跳第4題作答)

4.請問您去過以下地方嗎？(可複選) 此題作答完畢請接第7題

迪化街城隍廟永樂市場大稻埕戲院大稻埕碼頭以上皆無

5.請問您去大稻埕的原因為？(可複選)此題作答完畢請接第7題

購買南北雜貨購買中藥購買布料造訪茶行吃小吃戲劇欣賞

參觀電影拍攝景點觀賞特色建築拜拜其他：\_\_\_\_\_

6.請問您沒有去過大稻埕最主要的原因為？

交通不便沒有吸引力地理位置模糊其他：\_\_\_\_\_

7.近年來新興產業進駐大稻埕(如手工藝品店、複合式咖啡館、主題餐廳、藝術繪本屋、潮牌服飾店等)，有這些新興產業的進駐，會提升您前往大稻埕的意願嗎？

會(請跳第 9 題繼續作答)不會(請跳第 8 題繼續作答)

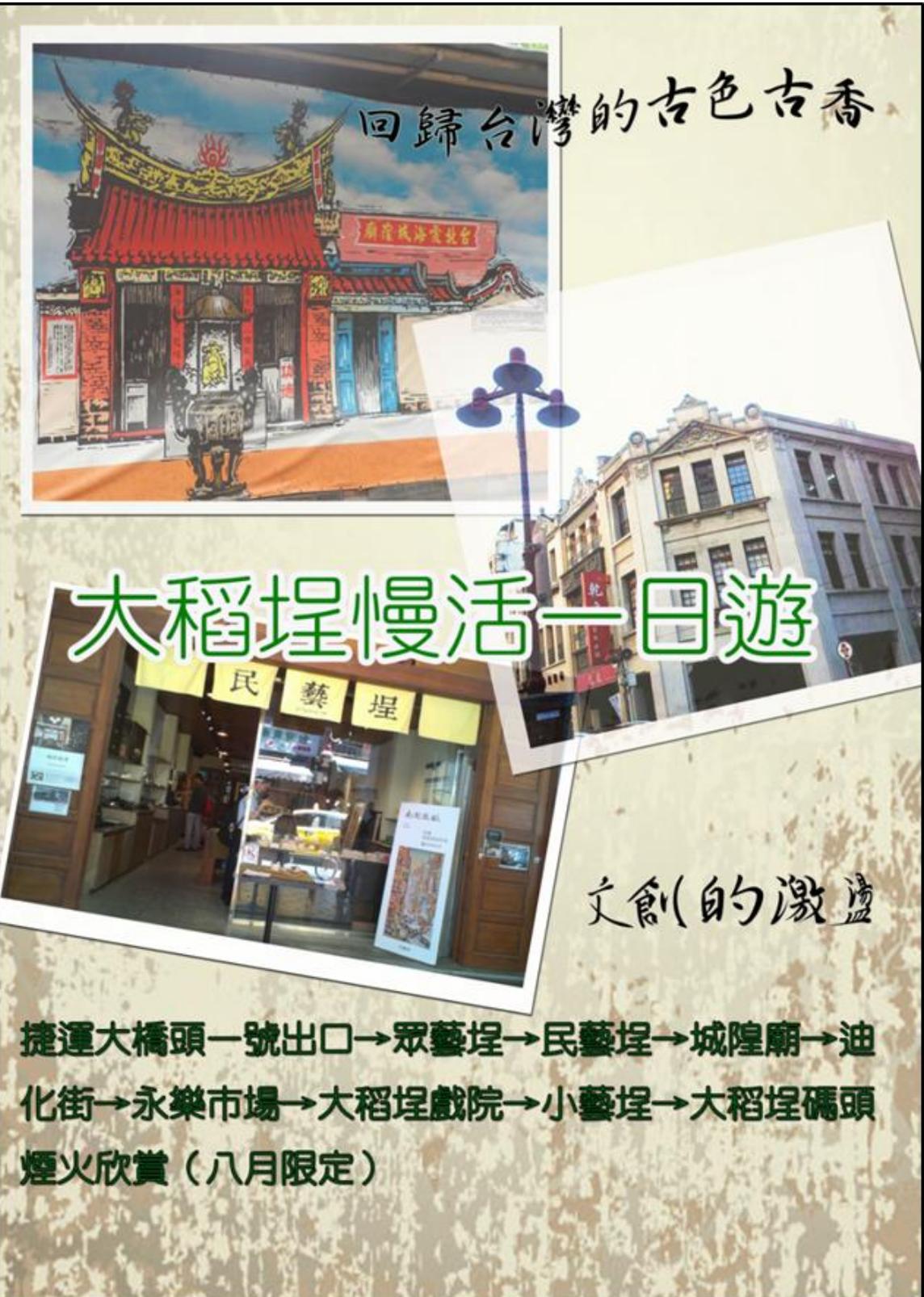
8.請問您仍沒有意願前往大稻埕最主要的原因為？

交通不便對文創店家沒有興趣此處知名度不足別處也有同性質之店家或商品其他：\_\_\_\_\_

9.您認為大稻埕目前仍需改善的部分為(可複選，至多選擇 3 項)\*

建設停車場需加強景點說明增加方便外國旅客閱讀的外文 DM 等導覽手冊加強宣傳，提升知名度增加交通便利性整潔方面需再改善其他：\_\_\_\_\_

本問卷到此結束，感謝您的協助！



回歸台灣的古色古香

大稻埕慢活一日遊

文創的激盪

捷運大橋頭一號出口→眾藝埕→民藝埕→城隍廟→迪化街→永樂市場→大稻埕戲院→小藝埕→大稻埕碼頭煙火欣賞（八月限定）

## 參考文獻

### 書籍部分

王詩琅(2003)，《艋舺歲時記》，海峽學術。

林盡忠(2009)，《艋舺大稻埕鄉土文化景觀水墨畫寫生創作專輯》。

徐斯勤、溫肇東(2010)，《文化創意產業、品牌與行銷策略一書摘要》。

鬼股子(2011)，《日落大稻埕》，新北市聚財資訊。

### 網頁部分

記憶台北，(王有記茶行)

<http://blog.xuite.net/liangcw/blog/14061340>，2014. 04. 28。

台北布事館，(台北布事館vs霞海城隍廟)

<http://tcgwww.taipei.gov.tw/ct.asp?xItem=5062672&CtNode=46049&mp=10501X>，2014. 6. 16。

南北貨，(台灣大百科全書 Encyclopedia of Taiwan)

<http://taiwanpedia.culture.tw/web/content?ID=11650>，2014. 6. 16。

北區國際光點計劃，(旅人茶房 » 大稻埕找茶趣)

<http://www.tteacafe.tw/?p=3175>，2014. 6. 16。

新北市政府水上巴士，(碼頭相片錦集)

[http://www.traffic.ntpc.gov.tw/web66/\\_file/1559/upload/waterbus/index03.html](http://www.traffic.ntpc.gov.tw/web66/_file/1559/upload/waterbus/index03.html)，2014. 6. 16。

迪化街商圈，(台灣旅遊景點—四方通行)

<http://guide.easytravel.com.tw/scenic.aspx?CityID=2&AreaID=9&PlaceID=34>，2014. 6. 16。

台北霞海城隍廟，(霞海城隍廟 關於月老)

<http://tpecitygod.org/about-xia-hai02.html>，2014. 6. 16。

永樂布業商場，(永樂布業商場官方網)

<https://sites.google.com/site/yfabricmarket/>，2014. 6. 16。

台北大稻埕簡述，( | 福建配偶(福建新娘)關懷輔導 | 台灣宏泰婚姻媒合協會)

<http://fujian.hontai.org.tw/taiwan/attractions/202.html>，2014. 6. 19。

延伸悅讀，(艋舺大事記—頂下郊拼)

[http:](http://)

[//yeats1103.pixnet.net/blog/post/24916813-%E3%80%90%E5%BB%B6%E4%BC%B8%E6](http://yeats1103.pixnet.net/blog/post/24916813-%E3%80%90%E5%BB%B6%E4%BC%B8%E6)

[%82%85%E8%AE%80%E3%80%91%E8%89%8B%E8%88%BA%E5%A4%A7%E4%BA%8B%E8%A8%98%EF](http://yeats1103.pixnet.net/blog/post/24916813-%E3%80%90%E5%BB%B6%E4%BC%B8%E6%82%85%E8%AE%80%E3%80%91%E8%89%8B%E8%88%BA%E5%A4%A7%E4%BA%8B%E8%A8%98%EF)

[%BC%8D%E9%A0%82%E4%B8%8B%E9%83%8A%E6%8B%BC](http://yeats1103.pixnet.net/blog/post/24916813-%E3%80%90%E5%BB%B6%E4%BC%B8%E6%82%85%E8%AE%80%E3%80%91%E8%89%8B%E8%88%BA%E5%A4%A7%E4%BA%8B%E8%A8%98%EF%BC%8D%E9%A0%82%E4%B8%8B%E9%83%8A%E6%8B%BC)，2014. 6. 19。

吳振芳文教基金會，(大稻埕古蹟之旅與台北東吳飯店)

<http://www.wcfcf.com/streetc.htm>，2014. 6. 19。

璀璨七夕夜，2011 台北大稻埕煙火節-MOOK 景點家，(墨刻出版 華文最大旅遊資訊)

<http://www.mook.com.tw/article.php?op=articleinfo&articleid=6114>，

2014. 6. 19。

有記名茶簡介，(台灣香花窰茶之起源與製法)

<http://www.wangtea.com.tw/html/hist99.htm>，2014. 6. 19。

財團法人都市更新研究發展基金會，(台灣歷史上的都市更新)

[http://www.ur.org.tw/knowupdate\\_detail.asp?ku\\_sn=58&kuc\\_sn=4&mshow=2](http://www.ur.org.tw/knowupdate_detail.asp?ku_sn=58&kuc_sn=4&mshow=2)

，2014. 6. 19

JFK 繪本屋，(他送給老婆的禮物 JFK 繪本屋)

<https://www.facebook.com/jfkbooks.net?ref=ts&fref=ts>，2014. 6. 19。

Ubook.cc Ubook.cc，(專業客製化筆記書 UBook is your personal book)

<http://www.ubook.cc/>，2014. 6. 19。

【大稻埕】228 引爆地：天馬茶房@ipsy—生命敘說，(228 引爆地：天馬茶房)。

<http://blog.roodo.com/ipsy1984/archives/21629314.html>，2014. 11. 24。

【北區國際光點】，(大稻埕光點)

<http://www.tteacafe.tw/?cat=103>，2014. 11. 27。

## 分工表

	詹靜宜	歐佳琳	蘇紋瑩	陳文孝	陳惠琳	林柏翰
實地訪查	✓	✓	✓	✓	✓	✓
店家訪談		✓	✓	✓		
網路問卷製作			✓			
問卷題目設計				✓		
聯絡店家		✓				
封面設計				✓		
前言撰寫	✓			✓	✓	
謝辭撰寫				✓		
摘要撰寫		✓				✓
文書格式排版	✓	✓	✓	✓		
第一章撰寫					✓	✓
第二章撰寫	✓	✓	✓			
第三章撰寫	✓	✓	✓			
第四章撰寫	✓	✓				
第五章撰寫				✓		
第六章撰寫		✓			✓	✓
紙本問卷發放		✓		✓		
統整問卷	✓		✓	✓		
製作海報&DM			✓			
簡報製作	✓	✓	✓	✓		
紙本修訂	✓	✓	✓	✓		

## 專題報告修正要點

評審老師建議
1.請簡述該組認為如何改善大稻埕引進文創產業後仍無法大幅吸引人潮的現況。
修正要點
<p>評審老師所指出的「無法大幅吸引人潮」，我們用問卷第 8 題做解釋。知道大稻埕引進文創產業後，仍沒有意願前往大稻埕的四項理由為：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1.別處亦有同性質店家或商品</li><li>2.對文創店家沒興趣</li><li>3.交通不便</li><li>4.知名度不足</li></ol> <p>以下是我們的應對方法：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1.既然別處亦有同性質店家，因此我們建議大稻埕地區民眾，開設獨具特色的商家以吸引人潮，同時也建議當地業者勿逐漸形成相互競爭的同類型店家。</li><li>2.這點本小組無能為力。</li><li>3.建議在大橋頭捷運站內設立一個可免費索取大稻埕地圖的點。</li><li>4.設立相關社群網站，或者請部落客寫推薦遊記。</li></ol>

## 專題報告修正要點

評審老師建議
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 分廣義與狹義的大稻埕地理位置</li><li>2. 請修改紙本不當的轉折語氣</li><li>3. 行程照片往前放</li><li>4. 加上大稻埕地理位置圖</li><li>5. 請概述縱貫線鐵路</li></ol>
修正要點
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 第 1 點到第 4 點本小組已在紙本中做修改</li><li>2. 縱貫線鐵路為西元 1887 年巡撫劉銘傳下令建造，此鐵路為台灣的第一條客運鐵道，它的開通帶動許多城市的經濟發展，大稻埕為其中之一。西元 1888 年開通台北(非今日台北站，而是日據時代的大稻埕站位置)－錫口(松山)的路線，在西元 1893 年開通台北到新竹的路線：基隆－八堵－水返腳(汐止)－南港－錫口(松山)－台北(大稻埕)－大橋頭(今台北橋頭)－海山口(今新莊)－打類坑(今丹鳳)－龜崙嶺(今龜山) 桃仔園(桃園)－中壢－大湖口(湖口)－鳳山崎(新豐)－新竹</li></ol>