

2020 December
第十一期

區域與社會

發展研究

The Journal of Regional and
Social Development Research

區域與社會

發展研究

The Journal of Regional and
Social Development Research

Vol.11

The Journal of Regional and
Social Development Research

區域與社會發展研究

第十一期

國立臺中教育大學
區域與社會發展學系
編印



目 錄

- 1 師範院校文化創意產品的購買意願、設計與行銷：以中國沿海地區某師範院校為例
Customer Purchase Intention, Design and Marketing of Cultural and Creative Products in Normal Universities and Colleges: A Case Study of a Normal University in Coastal Area of China
/ 莊樂 Le Zhuang
- 31 可利用性的空間政治：臺中車站暨周邊公共空間的場景構作與身體繫留
The Spatial Politics of Affordance: The Scenes-making and Corporeal Mooring in Public Space around the Taichung Station
/ 王志弘 Chih-Hung Wang、高郁婷 Yu-Ting Kao
- 65 臺中市綠川再生之研究：以網路使用者都市意象建構為例
Regeneration for Green Waterway in Taichung: The Case Study of City Image Construction of Internet Users
/ 羅中涵 Chung-Han Lo、梁承澤 Cheng-Ze Liang
- 99 析探國家協力治理角色在科學園區之研究：以臺灣與俄羅斯為個案分析
Exploring the State Role of Collaborative Governance on Science Park Development: The Cases of Taiwan and Russia
/ 顏良恭 Liang-Kung Yen、王振寰 Jenn-Hwan Wang、謝儲鍵 Chu-Chien Hsieh、
魏百谷 Bai-Ku Wei、李酉潭 Yeau-Tarn Lee
- 129 臺中市大甲溪中游四區地名與客、閩族群分布之關係
The Relationship Between the Place Names and the Distribution of the Hakka and Min Ethnic Groups in the Four Districts of Dajia River's Middle Reach, Taichung City
/ 許世融 Shih-Rong Hsu、韋煙灶 Yen-Tsao Wei、黃敏羚 Min Ling Huang



師範院校文化創意產品的購買意願、設計
與行銷：以中國沿海地區某師範院校為例

**Customer Purchase Intention, Design
and Marketing of Cultural and Creative
Products in Normal Universities and
Colleges: A Case Study of a Normal University
in Coastal Area of China**

莊樂 Le Zhuang

自由研究員(通訊作者)

Freelance Researcher (Corresponding Author)

本研究承蒙(排名不分先後)王曉麗、何嘉敏、袁繼鵬、梁詩、葉霏和衛元瀚等人的協助與組織，調查部分才得以獲取如此豐厚之成果，特此深表謝意！同時，感謝兩位審查人的細緻工作，給予筆者寶貴的修改意見，使得本文能以更為準確的數據和敘述向大家呈現。

摘要

文化創意產業，作為中國近年重點規劃與發展的文化新業態，是引領和示範東部沿海地區各省份文化產業發展的重要動能，當中要數廣東省的發展勢頭最為強勁。而高等院校也紛紛積極開發校園文化創意產品，意圖在當前高等教育競爭激烈的情景下塑造良好形象和提高學校知名度。與此同時，中國愈發重視教師教育，推動全國近 200 所的師範院校迎來難得的發展良機，廣東省教育廳為此還率先提出「新師範」建設。在此背景下，該省的師範院校開發文創產品換取更多教學資源的必要性大增，故值得深入探討不同持份者的實際需求和觀點。

個案研究選在廣東省內某師範院校進行，以該校在校學生、往屆畢業生和在職教職工為研究對象；通過網絡調查法收集資料，共發出 350 份問卷，有效問卷為 316 份。利用頻數和列聯表法統計分析資料，結果顯示：該校開發文創產品市場的前景廣闊，各持份者均表示有較高的購買意願，絕大多數人支持個案院校創立專屬品牌文化店；但他們對學校的文化認同度較低、對市面上現有產品的版權歸屬問題不甚重視，以及三類消費者對產品的設計需求和行銷意見存有一定差異。因此，學校應重視校園文化的建設，以提升各持份者的認同感和歸屬感；針對不同受眾，開發與設計更為多樣的產品，並採用多元行銷方式。

關鍵字：師範院校、文化創意產品、購買意願、設計與行銷

Abstract

Cultural and creative industry, as a new type of cultural industry, with the key plan and cultivation of China's government in recent years, is a vital dynamic for leading and demonstrating the development of cultural industry in various provinces of the eastern coastal areas, especially in Guangdong Province, which has the strongest development momentum. At present, under the context of fierce competition in the field of higher education, colleges and universities are actively developing their own cultural and creative products, in order to improve the popularity and shape a good brand image. Meanwhile, China pays more and more attentions to teacher education, providing a unique development opportunity for nearly 200 normal universities around the nation. Then, Guangdong Provincial Department of Education was be the first one to put forward and start the scheme, called "New Normal Education". Based on above situation, normal colleges and universities in Guangdong has a certain necessity in fostering and designing cultural and creative products to gain more educational resources. Thus, it is worth exploring the actual needs and views of different stakeholders about this type of products.

The case study was conducted in a normal university in Guangdong Province, taking the students, former graduates and on-service teachers in this school as the research subjects. Through an online survey, 350 questionnaires were sent out, and 316 valid questionnaires were returned. By using Frequencies and Cross-tabulation to analyze the data, it was found that the market of cultural and creative products in sampled university has a broad prospect, all the stakeholders have a high purchase intention, and vast majority of them support the case universities to establish the brand cultural stores for products marketing. However, the university's culture identification and the awareness of copyright protection of existing commercial products aren't as good as expected. Moreover, the results further indicated that these three types of consumers have some significant differences in the design demands and marketing opinions of the products. Therefore, the university should focus on the construction of campus culture to enhance consumers' identity and sense of belonging, designing more diversified products for different stakeholders, with multiple marketing strategies.

Keywords: Normal Universities and Colleges, Cultural and Creative Products, Purchase Intention, Design and Marketing

壹、前言

發展文化產業，早已是當今世界知識經濟時代的主流(曹錦陽，2019)。在中國，自2003年實施文化體制改革試點以來，文化產業從無到有、快速發展，文化經濟總量明顯增加，在國民經濟中的佔比逐年提升(中華人民共和國國家統計局，2019)。而文化創意產業作為文化產業發展的新業態，是中國在「十二五」¹時期就重點規劃與發展的新興產業，現已成為引領東部沿海地區或城市文化產業發展的重要力量(周磊、杜滇峰，2017)；同時，文化創意產業政策效果存在明顯的區域異質性，對東部地區文化創意產業的推動作用最為顯著(蔣園園、楊秀雲、李敏，2019)。當中，尤以「改革開放先行地」——廣東省在積極深耕文化產業，約佔內地文化產業總量的1/7，連續15年位居全國第一、領跑其他省市，並大力推動現代文化產業轉型升級，探索其與傳統文化產業的融合發展(胡曉、李雅婷、王靈，2019)。

另一邊廂，從2012年起，教育部相繼出臺《普通高等學校師範類專業認證實施辦法(暫行)》、《關於全面深化新時代教師隊伍建設改革意見》、《教師教育振興行動計劃(2018-2022年)》、《中國教育現代化2035》等重要文件，表明對教育及教師隊伍的建設愈發看重，將師範院校提升至更為重要的地位，也讓師範院校迎來難得的發展良機(彭上觀，2019；李澤民，2018)。近兩年，廣東省還率先提出並啟動「新師範」建設，不僅回應了當前全省經濟社會轉型發展的需求，還助推了全省教育的現代化建設，更有利於全省教師教育水平的提升及教師教育之廣東新模式的形成(李少傑，2019)。據統計，截止至2019年6月，內地高等師範院校共計199所，涵蓋50所師範大學、71所師範學院和78所師範專科學校(中華人民共和國教育部，2019a)；而廣東省內的高等教育學校(機構)共有154所(中華人民共和國教育部，2019b)，師範院校僅佔據其中的9個席位，包括師範大學3所、師範學院3所和師範專科學校3所。

那麼，這些被委以培養教師隊伍之重任的師範院校，面對因高等教育市場化帶來的激烈競爭而出現的「僧多粥少」之境況，又該如何抓住機遇換取更好的發展呢？潘慧玲、林靜霞(2019)表示，在面臨競爭激烈之情境時，學校應先辨識清楚自己的優劣勢，以促進學校品質的改善和特色的形成；後尋求最佳的行銷策略，讓社會了解學校的存在及特色，在提高學校知名度之餘，又能吸引更多的拔尖學生入讀，繼而獲取更多的教育資源來進一步提升學校效能。而當下，越來越多高校均開始重視對自家校園文化資源的挖掘工作，紛紛投身到設計、行銷校園文化創意產品的浪潮之中，此舉不僅有助於各校培育自有的校園文化創意產業、開拓文化創意產品市場，為高校帶來可觀的經濟收益(蘆青，2019)；同時，亦有利於學校對外傳播自身的文化底蘊、塑造品牌形象，從而擴大自身的知名度和影響力(易丹，2017)。

1 即《中華人民共和國國民經濟和社會發展第十二個五年(2011-2015年)規劃綱要》的簡稱。

基於上述的研究背景與動機，本文對廣東省某師範院校進行個案研究，意圖探討師範院校開發文化創意產品和延伸獨立品牌的可能性，了解潛在消費者對師範院校文化創意產品的需求、態度、觀點、偏好和其過往相關類似之購買經歷的滿意程度，繼而針對目標顧客所需的產品或服務進行設計和生產，以及制定出合適的推廣方式、商品價格和銷售通路等來以迎合特定群體的需求，以期為其他同類院校在開發文化創意產品時提供參考。

貳、文獻回顧

本部分主要分為三個模塊，首先，對「何謂文化產業」、「何謂文化創意產業」和「何謂文化創意產品」進行界定，逐步了解這三者之間的關係；其次，探討當今文化創意產品消費者的購買意願會受到何種因素影響；接著，敘述高等院校現階段發展文化創意產品的狀況，以發現所存在的共同特徵和問題；最後，探討高等院校在設計和行銷其文化創意產品時會運用到的策略。

一、文化產業、文化創意產業與文化創意產品

在繼續參考聯合國教科文組織(UNESCO)《文化統計框架-2009》的基礎上，中國國家統計局(2018)根據《國民經濟行業分類》(GB/T 4754-2017)對《文化及相關產業分類(2012)》進行重新修訂，但「文化及相關產業」仍舊是「指為社會公眾提供文化產品和文化相關產品的生產活動的集合」。去年初，文化和旅遊部(2019)還將《文化產業促進法(草案徵求意見稿)》全文對外公佈，徵求社會各界的意見；這足以體現，中國對建設文化產業成為「十三五」²時期國民經濟支柱性產業的決心。

不過，儘管「文化產業」和「文化創意產業」看似名稱相近，但在本質上兩者意涵不同；現階段，社會仍未對後者的意義和價值達成共識，卻也催生大眾「注重設計、追求生活美感」和傾向於「個性化、體驗化、分眾化」的消費方式之風潮(于國華、吳靜吉，2012)。而文化創意產業，學界一般視 20 世紀 90 年代末的英國為概念的起源地(胡鵬林、劉德道，2018)，是指以創意和文化為核心價值體系、可形成產業價值和價值鏈的經濟部門的集合；它可溯源至文化產業，是文化產業的高級階段、富有創意和創新的部分(王濤，2012)。

有學者指出，文化產業與其他產業的根本性區別，就在於文化產業是一定價值觀指導下的產業形態，其產品不單是商品，還是內在價值與思想的載體(李鳳亮、潘道遠，2018)；莊育振、胡雁婷(2012)亦持與之相似的觀點，指文化產品就是社會群體展現其文化價值的表現；同時，文化產品具有低耗能、污染小、高科技含量和文化附加值的特點(劉彤瑤，2019)。至於文化創意產品，顧名思義，就是指寓創意和娛樂為一體、可促使群體認同和

2 即《中華人民共和國國民經濟和社會發展第十三個五年(2016-2020 年)規劃綱要》的簡稱。

影響其文化行為的、能傳播思想和符號的消費品；而學校文化創意產品便是文化創意產品在學校教育領域內推廣的一次嘗試，更是傳承校園精神理念、詮釋和宣揚校園文化的重要介質(湯京花、崔佐卿，2017)。

二、影響文創產品消費者購買意願的因素

對消費者而言，在其作出消費決策前，主要思考三個問題：買什麼、為何買、怎麼買(林靈宏、張魁峯，2006)。而消費者購買意願(Customer Purchase Intention)，即是指消費者因應個體自身的各類需求，而對產品或服務展現出願意購買的動機或可能性，從而決策是否產生實際購買行為(張曉楨，2013；李啟誠、詹舒雯，2015)；同時，它已被廣泛應用於預測後續購買情況(Grewal et al., 1998)，並由 Warshaw(1980)於其研究中提出可用於預測購買意願的模型。

根據現有研究結果可知，消費者的知覺風險對其購買文創產品的意願呈現顯著負相關，而自我形象一致性能正向預測消費者對文創產品的購買意願(陳怡君，2014)；此外，「文化創意品牌形象」中的文化因素、創意設計因素與「零售環境氛圍」的確會影響消費者的購買意願(羅淑芳，2014)。更有研究指出，商家所在交通地點及所售商品的獨特程度是會大為影響消費者的購買意願(陳榕之等，2017)；亦有研究以蝴蝶蘭文化創意服飾商品為例，結果發現：消費者的教育程度和職業背景均會影響消費者的購買態度(徐秀如等，2016)。另外，有學者以文創皮件商品為例，分析其收集到的數據後，得出結論：購買價值中的享樂價值、實用價值越高，越能提高消費者行為意圖(黃光甫、蘇展平、柯政良，2017)。陳俞伶(2015)則表示，如能提高商品的創意價值與文化價值，定能吸引更多顧客注意，從而增加消費行為；而消費者的情緒，能調節文創產品的價值與消費者行為這兩者間的關係。

由於近年歷史文創產品多以網絡銷售作為重要通路，如何能在線上有效展示以帶動消費就成為重要課題。賀靖婷(2019)提出，在「屬性強調」和「古今元素框架」兩種展示策略下，引入擴增現實(Augmented Reality，簡稱 AR)技術；其研究結果表明，運用 AR 技術並不能總是帶來正面效果，僅在採用前一策略時強調「創意屬性」和採用「古代元素-現代元素」作為框架策略時，它才能提高人們對產品的評價和購買意願。而楊楚瑤(2019)從文化價值觀出發，探究中國消費者對海外博物館文創產品的購買意願，並以「感知價值」作為中介變量進行施測；結果顯示，文化價值觀中的「實用理性」、「權威從眾」、「獨立自主」、「懷舊傳承」等四個維度和「感知價值」能正向預測消費者的購買意願。李樑堅、黃桂香(2018)亦表達類似的觀點，經他們的研究發現，客家族群對客家文創產品的購買意願會因其對客家文化認同程度越高而提升；羅文坤、鍾宜珈、羅雁紅(2015)的研究則發現，文創產業裡的品牌聯盟可以知覺價值或其構面的剩餘價值為中介去影響消費者的購買意願。

三、高等院校文化創意產品的發展現況

眾所週知，高等院校的校園文化創意產品，是高校品牌文化傳播的重要載體，是依照學校自身文化資源所創意開發而成的；它能让廣大師生接受學校精神文化的熏陶，增強他們對學校文化的認知和認同，也能喚起校友們對母校的回憶，以及加深社會大眾對學校的正面認識(樊傳果、楊木生，2015)。

目前內地高等院校在文化創意產品的發展上，可主要歸納出以下特徵：各高校對此領域的關注和重視程度明顯增加，但受眾面不夠廣闊、銷售通路單一且有限；加之，產品類型重複度高，設計上欠缺一定的美觀度和實用性，整體上缺乏特色、新意和文化溫度；總的來說，高校文創產品的開發和宣傳工作仍處於初期起步階段(王珊，2018；呂從娜，2018；王柳鳳、郝俊傑、曾希，2018；朱鵬，2018)。

相比較之下，臺灣地區的高校在這方面已經歷多年的發展，絕對能稱得上是「佼佼者」，值得內地各高等院校學習。例如，臺灣大學授權特定產商負責開發紀念品和實用型商品，在設計中融入學校的代表性景觀或圖案，並在校內開設了專營的創意商品店³；雲林科技大學、臺北藝術大學等高校亦以設立創意商店、概念店等形式來販售經特別設計過的校園商品，逐漸地從傳統的普通紀念品銷售發展成以校為品牌的文化創意產業；更有學校在積極推動產學合作模式，祈求達至「建教合一」的目的(張修銘，2012)。

四、高等院校文化創意產品之設計與行銷策略

在高校文創產品的設計層面上，朱冰潔(2018)提出，要堅持以「美」為導向，體現學校的文化內涵，並增強用戶的情感和趣味體驗，以帶動用戶聯想和參與互動；高於輝(2019)則提出，高校需要注意避免的三個誤區——唯利是圖而失去設計產品的本真、急於求成而隨意「貼牌」過關、急功近利而忽視產品設計和品牌建設的週期性。在行銷策略方面，顧梓鏞等(2019)表示，現時高校文創產品較具代表性的行銷模式，包括了實體店直銷、用戶個性化定制和創意集市販售三種；黃朝暉、伍琦璠、金彤彤(2019)則建議，推廣文化創意產品宜採用「三個打通、五維文化、視覺演繹、六感體驗」的商業模型，即：在打通「品類、品牌和客群」後，將「產品、地方文化、明星代言、粉絲文化和經營特色」與「產品、包裝、門店和廣告宣傳」相整合，再通過「視覺、聽覺、嗅覺、行為和思想」促使受眾昇華對校園文化創意產品的情感。此外，深圳大學更是率先以咖啡館為載體，開設運營了「內地首家」高校品牌文化店(符亞威，2015)；然後，越來越多的內地高校紛紛效仿此模式，如南開大學也將傳統單一的校園紀念品專賣店轉型成能推廣文化產品的品牌文化店(高俊芹，2018)。

3 資料來源：<https://ntugift.colaz.com.tw>。

師範院校方面，如內地的杭州師範大學已自創品牌「HZNU」，設計者在獲得學校官方授權之下，充分挖掘該校的文化資源——校徽、校訓和校內特色建築等，將文化創意產品的功能和美感相統一，形成了許多不同的產品序列，如徽章序列、漁夫帽序列、文具序列等(趙培雲，2019)。香港教育大學(下稱「教大」)則於校內的「香港教育博物館」一角，設置了教大紀念品銷售處；他們所銷售的產品類型，大體可分為大學禮品和個人用品兩類；除了有常見且價格親民的徽章、書籤、鑰匙扣、滑鼠墊和陶瓷杯等商品以外，還有極具收藏價值的紀念郵票和學校與施華洛世奇合作的定製款水晶胸針⁴。與此同時，臺灣師範大學(下稱「臺師大」)為了使其產品的設計和銷售企劃體現出連貫性、一致性和整體性，特意在圖書館出版中心內設禮品部，專門負責所有文創產品的開發、產出和行銷工作；商品設計會以校園生活為出發點，力求實體彰顯出學校特色和臺灣意象；在行銷與推廣上，臺師大除了在校內擁有五處實體販售點之外，還會定期參與師大市集的擺攤，以及因應時節而推出限定商品及特定的行銷活動，更在校外多地拓展出寄售點，並在多個網路銷售平臺上創建銷售據點(彭瓊倫、陳首蕓、柯皓仁，2015)。

綜上所述，當前關於高校文化創意產品的研究多以介紹經驗為主，而較少對消費者的實際購買意願、群體的設計需求和行銷意見進行深入探討；另外，專門以師範院校為研究對象的調查結果，更是少之又少，缺乏相應的實證研究資料。正是由於存在上述不足，師範院校在開發和行銷有關自身的文創產品時，會比其他院校更容易面臨困境。

參、研究設計

一、變量與方法

研究目的決定研究方法(周健、霍秉坤，2011)，故此次調查主要測量了三個變量：消費者購買師範院校文化創意產品的意願程度；消費者對產品有哪方面的設計需求；消費者對產品的行銷策略有哪些偏向。筆者在參考學者鄭如旗(2014)的問卷和蘇文仲、林伯賢、韓豐年(2018)的論點後，自行編製了含有個人基本資料、學校文化認同感、購買經歷、購買意願與方式、看法與建議等五部分的非量表式調查問卷，合共 30 道選擇題(含 11 道多選題)和 2 道開放性主觀題。

本研究通過合目標抽樣(Purposive Sampling)方法(王文科、王智弘，2014)，選取了廣東省內某師範學院進行個案研究。現階段，高校文創產品的主力消費群體為在校大學生和歷屆校友(金廣，2012；孟琴，2015)。但從廣義上看，校友是指曾在同一所高校學習、工作或進修的人(冒巍巍、陳方璽、桑大偉，2020)。因此，本次研究以該校全體在校學生、

4 資料來源：<https://www.eduhk.hk/main/tc/visitors/souvenirs/>。

往屆畢業生、在職教職工、離退休教職工和離職教職工為研究對象，而各持份者調查樣本的抽取採用簡單隨機抽樣法(Simple Random Sampling)進行(譚祖雪、周炎炎，2013)。

二、個案院校簡介

個案院校前身系於 1955 年創辦，2010 年獲教育部批准，改制成本科層次的普通高等學校，並更為現名。學校位於「嶺南文化中心城市」廣東省廣州市，現有 H1、H2 兩個校區，是一所「以引領全省基礎教育改革發展為己任」、「以教師教育為特色」、「以培養學前教育和小學師資為核心」的廣東省屬普通本科院校。

建校 60 多年來，該校始終致力於服務廣東省基礎教育與區域經濟社會發展需求，一直承擔著基礎教育教師、校(園)長的培訓任務，在廣東省內、乃至全國，都具有重要地位和重大影響。現設有 19 個教學院系和 15 個研究機構，是教育部「國培計劃」⁵ 示範性集中培訓項目基地和中小學名校長領航班培養基地，亦是 11 所「廣東省創建國家教師教育創新實驗區」的高校之一(黃博彥，2018)。

三、樣本與資料

本文所呈現之數據均是建基於研究者對個案高校所進行的問卷調查，此次調查共發出問卷 350 份，收回有效問卷 316 份，有效回收率為 90.29%，樣本的基本構成情況如下表 1 所示。其中，因研究者人脈受限，按年齡劃分，「36-45 歲」和「56 歲及以上」組別數據缺失；按被調查者身份劃分，「離退休教職工」和「離職教職工」組別亦缺失。

表 1 調查樣本的構成情況統計表(單位：人)

被調查者身份	16-25 歲		26-35 歲		46-55 歲		合計
	男	女	男	女	男	女	
在校學生	44	124	0	0	0	0	168
往屆畢業生	23	60	5	18	2	0	108
在職教職工	2	15	7	14	2	0	40
合計	69	199	12	32	4	0	316

5 即中華人民共和國教育部、中華人民共和國財政部於 2010 年起實施的「中小學教師國家級培訓計畫」之簡稱。

資料採用網絡調查法(Online Survey)收集(風笑天, 2013)。筆者直接在網路問卷調查平臺「問卷星」上創建本次研究所使用之問卷, 然後通過即時通訊軟體——QQ 和微信(Wechat)聯絡被調查者, 跟對方說清開展調查之目的、意義和要求等, 並附上問卷的連結地址, 讓他們進入界面閱讀、填答問卷。當整個調查一完結, 研究者就從該平臺上下載原始答卷數據; 經審核、剔除廢卷後, 導入 SPSS 25.0 中啟動分析工作。

而本次研究之目的, 是以探索各持份者對研發和行銷師範院校的文化創意產品的需求與看法為主要任務, 兼要解釋學校文化認同感與消費者購買產品之意願的關係, 以及探討消費者過往之購買經歷對購買高校文化創意產品意願的影響。因此, 資料採用頻數(Frequencies)來描述統計數據的分佈(張奇, 2009), 以及列聯表法(Cross-tabulation)來統計分析變量間的關係, 並對差異的顯著性執行卡方檢驗(林英典, 2000)。另外, 需注意的是, 多選題的選項百分比之計算方式為: 選擇該項的人次在所有有效填寫人數中所佔的比例, 故該類題型的百分比在相加後存在超過 100%的可能。

肆、結果與分析

一、消費者的購買意願

(一)學校文化認同感與購買意願

首先, 大家可直觀地瞭解一下, 被調查者認同學校文化的程度對購買學校文化創意產品的影響情況, 表 2 即是持不同認同度之人士在這方面的比較。結果表明, 在總共 316 名的潛在消費者中, 有非常強烈購買意願的僅佔 22.2%, 但在非常認同學校文化的人士中, 就有近 50%是非常願意購買此類產品; 表示有購買意向的, 尤以認同學校文化的佔比最多; 而不認同該校文化的被調查者, 對購買產品一事持中立態度的比例顯著高於持其他觀點之群體; 另外, 在明確表明沒有購買意願一項, 對學校文化持非常不認同的研究對象所選擇之比例明顯高於對學校文化持中立觀點的。

表 2 學校文化認同感與消費者購買意願的列聯表(%)

購買意願	學校文化認同感					合計
	非常認同	認同	中立	不認同	非常不認同	
非常願意	48.6	18.7	19.0	31.3	0.0	22.2
願意	31.4	71.4	39.9	25.0	45.5	47.5
中立	20.0	9.9	38.0	43.8	27.3	27.8
不願意	0.0	0.0	3.1	0.0	27.3	2.5
(n)	(35)	(91)	(163)	(16)	(11)	(316)

$p=0.000$

值得關注的是，不認同學校文化的受訪者對學校文創產品仍表露出較高的購買意願，表明在本個案中學校文化認同感與學校文創產品購買意願的關係不大。但由於樣本中持不同文化認同度的人士在年齡、身份的分佈上有差別，而身份狀況可能與對學校文化認同感存在關係。為了剔除此因素的影響，筆者又對身份狀況進行控制，得出新的交互分析結果，見表 3。

表 3 控制被調查者身份狀況後學校文化認同感與購買意願的列聯表(%)

購買意願	在校學生				往屆畢業生					在職教職工					合計	
	非常認同	認同	中立	不認同	非常不認同	非常認同	認同	中立	不認同	非常不認同	非常認同	認同	中立	不認同		非常不認同
非常願意	50.0	16.7	17.9	37.5	0.0	18.2	29.3	22.2	33.3	0.0	100.0	0.0	16.7	0.0	0.0	22.2
願意	27.8	66.7	38.7	0.0	0.0	54.5	70.7	46.7	66.7	100.0	0.0	80.0	25.0	0.0	0.0	47.5
中立	22.2	16.7	38.7	62.5	50.0	27.3	0.0	31.1	0.0	0.0	0.0	20.0	58.3	100.0	0.0	27.8
不願意	0.0	0.0	4.7	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5
(n)	(18)	(30)	(106)	(8)	(6)	(11)	(41)	(45)	(6)	(5)	(6)	(20)	(12)	(2)	(0)	
	$p=0.000$					$p=0.006$					$p=0.000$					

統計檢驗結果表明，當控制住研究對象的身份狀況(即將持不同學校文化認同感的在校學生進行比較、將持不同學校文化認同感的往屆畢業生進行比較、將持不同學校文化認同感的在職教職工進行比較)後，情況變化不大：無論是哪種身份的被調查者中，對該校文化的五類觀點之間依舊存在著十分明顯的差異。據此，可以認為，潛在顧客對學校文化的認同程度愈高，購買文化創意產品的意願就愈高；與此同時，目標受眾的身份背景亦與其對學校文化的認同感有關。

(二)過往購買經歷

如下表 4 所示，在所調查的 316 名潛在顧客中，表示「曾經購買過」與該校相關的文化創意產品的有 70 名，佔 22.1%；表示「沒有購買過，但聽說過 / 見到過」此類產品的有 139 名，佔 44%；表示「從未聽說過 / 見到過」這類產品的人士則為 107 名，佔 33.9%。這即是說，市面上已有的相關或類似產品的推廣訊息覆蓋率可達至約 67%，但能成功轉化為交易的比例偏低，也表明此類產品還存有很大的市場份額可以挖掘。

師範院校文化創意產品的購買意願、設計與行銷：以中國沿海地區某師範院校為例

Customer Purchase Intention, Design and Marketing of Cultural and Creative Products in Normal Universities and Colleges: A Case Study of a Normal University in Coastal Area of China

表 4 三類被調查者過往購買經歷的分佈表 (%)

過往購買經歷	被調查者身份			合計
	在校學生	往屆畢業生	在職教職工	
曾經購買過	42.9	47.1	10.0	22.1
沒有購買過，但聽說過/見到過	59.0	27.3	13.7	44.0
根本沒聽說過/見到過這類產品	52.3	34.6	13.1	33.9
(n)	(168)	(108)	(40)	(316)

$p=0.086$

簡單來說，就是平均每 10 為預期受眾中，可能就有 6-7 人知道這類產品的存在，並有 2-3 人會進行購買行為。不過，這只是對本研究樣本所推論的總體而言的。對於不同辦學地點、不同辦學層次和不同受眾群體的師範院校而言，這個比例大概率會出現上下浮動的現象。

表 5 三類被調查者購買產品之目的分佈表(%)

購買產品之目的	被調查者身份			合計
	在校學生	往屆畢業生	在職教職工	
日常使用	50.0	6.1	71.4	31.4***
紀念收藏	93.3	90.9	100.0	92.9
饋贈他人	33.3	15.2	28.6	24.3
個人興趣	50.0	15.2	28.6	31.4*

註：*表示 $p<0.05$ ，**表示 $p<0.01$ ，***表示 $p<0.001$ 。

如表 5 所示，此題項在問卷中為多選題；在 70 名有購買經歷的被調查者中，無論是何種身份，絕大多數是出於「紀念收藏」的目的去購買此類與學校相關的文化創意產品。但在職教職工以「日常使用」作為購買產品的出發點的比例是極顯著地高於其他兩類人士的比例；而以「個人興趣」為購買目的的多為在校學生，所佔比例明顯高於其餘兩者。這是一個重要的發現，說明教職工在購買這類產品時，不單會看重其紀念收藏性的高低，還會看物品能否在日常生活中使用，兼顧實用性。

表 6 三類被調查者購買產品之通路分佈表(%)

購買產品之通路	被調查者身份			合計
	在校學生	往屆畢業生	在職教職工	
實體專營店	33.3	30.3	0.0	28.6
網上購買	63.3	39.4	71.4	52.9
電話訂購	6.7	0.0	28.6	5.7*
上門推銷	6.7	21.2	0.0	12.9
其他	30.0	15.2	0.0	20.0

註：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ 。

在購買產品的通路方面，此題同樣在問卷中被設為多選題。大家可從表 6 中得知，最多人選擇的途徑是「網上購買」，佔了 52.9%；其次是到「實體專營店」裡選購心儀物品，佔了 28.6%。同時，筆者發現，在職教職工通過「電話訂購」產品的比例明顯是三者間最高，超過 1/4。不過，該校是暫未開設過所謂的「實體專營店」來負責開展相關的文化創意產品的銷售工作，充其量只能說市面上是有一小撮「代售點」；側面反映出，被調查者對當下的實際情況不甚了解，以及對相關概念的區分意識模糊。而學校教職工礙於工作事務繁忙，導致購買相關產品的方式受到限制；當然，亦有不少研究對象，向筆者提出了其他可購買通路，以補充調查選項上的不足，如「以班級為單位集體訂購」、「校內擺攤推廣之現場」等。

表 7 三類被調查者對產品版權注意程度的列聯表 (%)

產品版權注意程度	被調查者身份			合計
	在校學生	往屆畢業生	在職教職工	
一定會	26.7	15.2	0.0	18.6
會	13.3	42.4	28.6	28.6
不太會	60.0	33.3	71.4	48.6
不會	0.0	9.1	0.0	4.2
(n)	(30)	(33)	(7)	(70)

$p=0.033$

此外，從上表 7 的調查結果中，大家可了解到，在留意這類產品是否取得學校官方授權的問題上，超過半數(52.9%)的有購買經歷之人士對產品版權問題存有忽視之失。而據筆者所知，目前僅有一隻學生創業團隊與學校簽訂了《校名及校徽商標使用授權協議》，

但亦是在該團隊入駐學校創業孵化基地、推出過與學校相關的文化創意產品後才簽署的。這說明，無論是消費者方面，抑或是學校方面，都要留心市面上流通的此類產品是否有版權爭議；否則，前者會在無意中購買了「盜版」物品、財產慘遭損失，而後者的無形資產會被侵害流失、損害自身利益。

(三)購買經歷與購買意願

儘管上文已考慮到，目標群體對學校文化的認同感與購買產品之意願的關係；但筆者還考慮到，部分潛在消費者已有相關購買經歷，其感受可能亦會影響到他們未來再次購買的意願。因此，為了驗證此猜想，對數據作進一步地分析，得出如下表 8。

表 8 過往購買經歷之感受評價與未來購買意願的列聯表(%)

未來購買意願	過往購買經歷之感受評價				合計
	非常滿意	滿意	一般	不滿意	
非常願意	70.0	43.2	0.0	100.0	35.7
願意	30.0	51.4	90.5	0.0	58.6
中立	0.0	5.4	9.5	0.0	5.7
(n)	(10)	(37)	(21)	(2)	(70)

$p=0.002$

表 8 的結果顯示，70 位已有購買相似產品經歷的人士中，近 8 成(79.7%)表示未來會再次購買此類商品支持的意願，當中更有 35.7%的受訪者表示是非常願意。僅有的兩位對過往經歷給出「負評」的研究對象，都是勾了「非常願意」這一選項；但亦有 5.4%對以前的購買體驗評價「滿意」和 9.5%表示「一般」的被調查者，對未來自己是否會再次選購同類產品，是持觀望態度。總的來說，消費者已有的購買感受對其未來再次購買產品之意欲的影響程度有限，或許人家對此類產品所持的態度——即是「喜歡就是喜歡，哪有什麼道理」。

二、產品研發方向

(一)特色需求及其載體

經調查發現，在 289 名認同該校是有獨特文化特色的被調查者中，非常同意「該校需要能體現學校特色的文化創意產品」的比例為 52.9%，非常同意「該校需要能體現院系特色的文化創意產品」的比例則為 51.2%；而持同意觀點的比例，亦分別有 36.3%和 38.8%。那麼，在他們眼中，有什麼載體是能充分體現出學校自身的文化特色呢？該題在問卷中被設為多選題。

表 9 三類被調查者與學校文化特色之體現的列聯表(%)

學校文化特色之體現	被調查者身份			合計
	在校學生	往屆畢業生	在職教職工	
校名	44.8	49.5	73.7	50.2**
校徽	50.0	49.5	50.0	49.8
校訓	64.9	56.7	50.0	60.2
校歌	7.1	11.3	7.9	8.7
代表性建築與景觀	43.5	55.7	44.7	47.8
校園活動	45.5	38.1	42.1	42.6

註：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ 。

表 9 的結果表明，在職教職工認為「校名」是個案高校文化特色之象徵的比例近乎 3/4，相比之下，往屆畢業生的這一比例不過半數，在校學生的更是不到 45%；這一結果亦說明，在職教職工對「校名」能體現學校文化特色的認同度明顯高於其他兩類被調查者。

究其原因，很大可能是源於教職工們無論是出訪交流學習，還是開展教學工作、發表學術論文，都會是以該校作為個人所在工作單位，對外時刻代表著學校；同時，有一部分教職工更是經歷過該校「改制更名」時期，因而對學校的歸屬感更強，尤以對「校名」的認同最深。

除了有過半數人提到「校名」外，還有超過 3/5 的研究對象提出可考慮將「校訓」用作體現該校文化特色之載體；其次，也有近 50% 的人士提到了「校徽」；但選擇「校歌」的比例不到 10%，這是本研究一個十分重要的發現，從側面反映出該校師生和校友普遍都對歌曲不熟悉、傳唱度低的現況，未能產生應有的膾炙人口之效果。

(二)設計需求

現如今，基於 209 名購買過或聽(見)到過相關文化創意產品之人的調查數據顯示，市面上絕大多數充斥著「印刷複製品」、「紀念品」和「文化用具」等三類產品，類型較為單一。因此，在設計需求的維度上，筆者選擇從產品的屬性、風格和類型三方面入手，以便更好地了解在校學生、往屆畢業生和在職教職工對商品的整體設計之需求。

1. 產品的屬性要求

首先，我們來看看不同身份背景的被調查者之間對該校文創商品之屬性需求的差別，該題在問卷中為多選題。如表 10 所示，結果表明，雖然在總分佈上，三類潛在消費者對產品所應具有的屬性需求呈現相同趨勢——即都以紀念性為主，兼以實用性和高學校辨識度為輔。不過，在此情況下，三類潛在顧客仍出現顯著差異——在校學生亦多注重獨特性，比例接近 7 成，高出另外兩類被調查者 10%-20%；往屆畢業生則重視收藏性的比例最高，超過 2/3，尤其比在職教職工的比例高出近 26%。

表 10 三類被調查者對學校文化創意產品應具備的屬性需求分佈表(%)

學校文化創意產品應具備的屬性需求	被調查者身份			合計
	在校學生	往屆畢業生	在職教職工	
實用性	67.3	70.4	85.0	70.6
觀賞性	43.5	46.3	57.5	46.2
紀念性	88.1	89.8	90.0	88.9
收藏性	66.7	67.6	42.5	63.9*
獨特性	69.6	49.1	60.0	61.4**
學校辨識度高	69.0	66.7	70.0	68.4

註：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ 。

這種不同的身份狀況在對產品屬性的需求上的不同分佈，向大家揭示了一定的、可互相借鑑的共通意義，即是更為年輕的在校學生本就更為傾向於突出自身特色，連同與學校相關的文化創意產品的屬性也要有上此類「烙印」，以彰顯「新一代」獨有的特立獨行、標新立異和我行我素的特性。而往屆畢業生們則稍微比在校學生們年長，並已離開母校有一段時間；加之，學校對他們而言，或許是承載著舊時往日美好回憶的地方，故更為看重產品的收藏屬性，以便更好地將回憶保存與珍藏。

2. 產品的風格需求

其次，再來看看不同身份背景的被調查者之間對該校文化創意產品之風格需求的差異，此題在問卷中亦為多選題。表 11 的結果表明，排名前三位的被選設計風格，分別是個性創新風(69.3%)、青春時尚風(58.2%)和文藝小清新風(57.6%)。最值得令大家關注的是，在職教職工群體選擇「個性創新風」和「青春時尚風」的比例是非常顯著地高於其餘兩個群體，均高出 15%-30%左右；而有接近 1/3 的在校學生選擇了「傳統民俗風」，其比例為三者間最高，明顯地高出其他兩類人士 10%-15%。

表 11 三類被調查者對學校文化創意產品的風格需求分佈表(%)

學校文化創意產品的風格需求	被調查者身份			合計
	在校學生	往屆畢業生	在職教職工	
懷舊復古風	54.2	45.4	52.5	50.9
青春時尚風	61.9	45.4	77.5	58.2**
傳統民俗風	32.7	17.6	22.5	26.3*
文藝小清新風	58.3	53.7	65.0	57.6
卡通二次元風	23.2	15.7	25.0	20.9
個性創新風	72.6	57.4	87.5	69.3**

註：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ 。

儘管出現如此結果，是會較為令人意外的。但筆者認為，正如上文提到的，在校學生群體相對年輕一些；因此，他們對一些風土民俗的熱情，或會如他們對新生事物的追求一樣強烈，這大概亦是一種當下所倡導的回歸、保育、傳承和創新傳統文化的體現。而教職工群體的選擇，或許則是為了避免代際間出現更大「鴻溝」，拉近自身與學生們的距離；甚至乎，此舉亦可視作是永葆自己青春活力的重要途徑。

3. 產品的類型需求

第三，筆者對不同身份背景的被調查者所期望的產品類型進行比較，該題在問卷中被設為多選題。從表 12 的結果中，可以看出，大家都傾向於選購「紀念品」、「印刷複製品」和「文化用具」等三類商品，與現時市面上所普遍出現的產品類型相一致。

表 12 三類被調查者對學校文化創意產品的類型需求分佈表(%)

學校文化創意產品的類型需求	被調查者身份			合計
	在校學生	往屆畢業生	在職教職工	
生活用品類	46.4	30.6	70.0	44.0***
文化用具類	41.7	49.1	65.0	47.2*
鞋帽服飾類	47.0	28.7	20.0	37.3***
美容化妝品類	8.3	1.9	10.0	6.3
印刷複製品類	51.8	45.4	57.5	50.3
工藝美術品類	47.0	31.5	25.0	38.9**
小型家用電器類	26.2	19.4	22.5	23.4
食品類	14.9	3.7	22.5	12.0**
節慶禮品類	30.4	15.7	27.5	25.0*
紀念品類	64.3	64.8	80.0	66.5
其他	1.8	4.6	0.0	2.5

註：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ 。

不過，在校學生在選擇「工藝美術品」、「鞋帽服飾」和「節慶禮品」方面明顯高於往屆畢業生和在職教職工，而教職工群體則在選擇「生活用品」、「文化用具」和「食品」的比例明顯高於其他兩類人士。這一結果，在一定程度上，反映出在校學生更為注重產品的「獨特性」和「傳統民俗風格」，而在職教職工則相對地側重於「實用性」；同時，很好地與前文的發現相呼應佐證。

三、行銷策略與通路

(一)產品的價格定位

在了解完目標顧客對文化創意產品的需求後，還需要針對主要消費群體的喜好來制定特定產品行銷策略與通路。接下來，筆者會先討論文化創意產品的定價問題。因為即便能設計、生產出符合目標群體需求的產品，但若零售價格不在消費者所預期的價位內，也會影響到商品的最終銷售結果。而本次研究對象，主要是在校學生、往屆畢業生和在職教職工，這三者的日常收入來源情況不一，相信會是左右他們對產品價格的可接受區間的主要因素。

在此之前，大家不妨先看看現有市場上所出售的產品的價格範圍。根據 209 名有購買過或聽(見)到過相關產品的被調查者的反饋，人民幣 11-25 元是目前最為普遍的銷售價位，其次是人民幣 26-50 元這一區間。

表 13 三類被調查者對學校文化創意產品價格的可接受範圍分佈表 (%)

產品價格的可接受範圍	被調查者身份			合計
	在校學生	往屆畢業生	在職教職工	
2-10 元	15.5	9.3	0.0	11.4
11-25 元	39.9	14.8	20.0	28.8
26-50 元	33.3	32.4	47.5	34.8
51-100 元	9.5	39.8	15.0	20.6
101-200 元	1.8	3.7	17.5	4.4
(n)	(168)	(108)	(40)	(316)

$p=0.000$

而研究結果如表 13 顯示，從總體上看，大家所期望的、可接受的產品價位主要集中在人民幣 26-50 元內，超過樣本總體的 1/3。但在這種大的趨勢下，三類研究對象之間有明顯差別，在校學生認為人民幣「11-25 元」為合理區間的比例最高，接近 2/5；在職教職工則傾向於選擇人民幣「26-50 元」這一範圍，佔了 47.5%，高於其他兩者的比例；反而是有 39.8% 的往屆畢業生視人民幣「51-100 元」為可接受之產品價格區間，是三者之間比例最高的。

此結果也相對符合各研究對象的身份，如在校學生每月的生活費都是從其父母手中獲取的，故能用於購買此類產品的活動資金數額絕不會太大；而往屆畢業生紛紛早已投身社會，實現經濟獨立的夢想，能自給自足、自負盈虧，以及俗話「便宜沒好貨，好貨不便宜」

深入人心，因此他們所能接受的價格範圍就相對高一些。

(二)產品的推廣媒介

在確定好擬售商品的價格後，經營者就需要考慮如何運用合適的媒介來將產品宣傳推廣出去，那目標受眾對此有何看法？首先，通過 209 名表示有購買過或聽(見)到過相關產品的人士的描述，可以得知：「微信公眾平臺」是如今市場上最流行、最主推、最常用的外宣平臺，其次是經由「朋友介紹」而了解到產品的情況。

表 14 三類被調查者對學校文化創意產品訊息的可接受來源分佈表(%)

產品訊息的可接受來源	被調查者身份			合計
	在校學生	往屆畢業生	在職教職工	
海報	51.8	38.9	40.0	45.9
橫幅 ⁶	38.1	13.9	10.0	26.3***
校內宣傳欄	59.5	38.9	45.0	50.6**
學校官網	53.6	52.8	37.5	51.3
銷售方官網	16.7	19.4	42.5	20.9**
即時通訊軟體-QQ	18.5	13.9	12.5	16.1
社交軟體-新浪微博	26.8	32.4	10.0	26.6*
微信公眾平臺	85.7	87.0	85.0	86.1
宣傳單張	33.3	8.3	12.5	22.2***
報刊雜誌	15.5	7.4	5.0	11.4*
朋友介紹	23.8	27.8	35.0	26.6
到店諮詢	13.1	12.0	12.5	12.7

註：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ 。

再者，即便本題在問卷中已被設定為多選題，表 14 的結果表明，現今「新媒體」時代下的主流媒介——「微信公眾平臺」，仍舊能毫無懸念地成為大家接收推廣訊息的首選來源，佔 86.1%；在校學生接受通過「校內宣傳欄」、「橫幅」、「宣傳單張」和「報章雜誌」等四項媒介來獲取產品資訊的比例明顯較其餘兩類調查對象的比例更高，而往屆畢業生僅在接受通過「微博」接收推廣訊息的比例上顯著高於其他兩者；在職教職工則在接受「銷

6 筆者注：即布條廣告，下同。

售方官網」作為產品訊息出處的一項上，與在校學生、往屆畢業生相比，有明顯差異，比例為三者間的最高。

鑑於此，筆者認為，因「宣傳欄」的設置和「橫幅」的懸掛位置多半是在該校的學生宿舍區內，故住校學生更為容易看到和接收相關訊息，是此兩項媒介的主要受眾；而選擇通過銷售方的官方網頁瞭解產品，很大程度上，與教職工自身的學者風範、嚴謹意識有關，畢竟透過此媒介所獲取的訊息能確保準確無誤，可避免出現上當受騙的情況和減少承擔財產損失之風險。

(三)產品的銷售方式

在問卷中本題項被定為多選題，對於本研究的三類被調查者來說，通過網上購買與母校有關的文化創意產品，是大家最可以接受的方式；其次，才會選擇傳統零售模式——在線下實體專營店裡購買。由表 15 的結果亦可知，另外兩項由筆者提供的方式不是太受研究對象的青睞，其比例均在 10%以下；在校學生傾向於實體店購買的比例明顯高於往屆畢業生和在職教職工，電話訂購一項亦是如此；而往屆畢業生相較於其他兩者更為希望在線上選購到產品。

表 15 三類被調查者對購買學校文化創意產品的可接受通路分佈表(%)

購買產品的可接受通路	被調查者身份			合計
	在校學生	往屆畢業生	在職教職工	
實體專營店	73.8	46.3	47.5	61.1***
網上購買	88.7	97.2	85.0	91.1*
電話訂購	12.5	1.9	7.5	8.2**
上門推銷	10.7	7.4	10.0	9.5

註：*表示 $p < 0.05$ ，**表示 $p < 0.01$ ，***表示 $p < 0.001$ 。

該結果應和了當下「全民網購」之潮流，也揭示了「顧客與母校的直線距離越遠，愈傾向線上購買產品」的特點。本研究又一值得注意的點是，有近 1/2 的往屆畢業生表示，如有可能，亦會選擇在線下店鋪購買；筆者推測，因該校的畢業生多為師範生，離校後多半會走上教師崗位，而該校又承擔了不少區域性職後培訓項目，增加校友重返母校的機會，也為舊生蒞臨銷售學校文化創意產品的店鋪增添可能性。

(四)建設品牌文化店的看法

表 16 三類被調查者對開設學校品牌文化店銷售產品的支持度分佈表 (%)

開設學校品牌文化店的支持度	被調查者身份			合計
	在校學生	往屆畢業生	在職教職工	
非常支持	36.9	40.7	52.5	40.2
支持	45.8	38.9	47.5	43.7
中立	17.3	20.4	0.0	16.1
(n)	(168)	(108)	(40)	(316)
$p=0.031$				

最後，筆者還調查了三者對其母校開設專屬品牌文化店的支持度，如上表 16 所示，發現約 84% 的被調查者持支持或非常支持的觀點；僅有 16.1% 的人表示中立態度，包括了在校學生群體中的 17.3% 和往屆畢業生群體中的 20.4%，在職教職工們則無人表態「中立」。另外，在本次研究的教職工群體中，無論是選擇「支持」或是選擇「非常支持」，其比例都是三者間最高的。這從側面反映出，該校的在職教職工重視與學校的情誼，亦是真誠地希望該校能在文化創意產品的銷售或是學校的文化與品牌建設上取得新突破。

伍、小結與討論

一、研究的基本結論

本文以位處廣東省的某省屬師範院校為例，對師範院校文化創意產品的前景、設計和行銷狀況進行了量化比較和分析，結果發現：當前，在該校出現的文創產品，是以明信片、鑰匙扣和紀念徽章為主，其銷售價格主要集中在人民幣 11-25 元這一區間；消費者是主要通過微信公眾平臺來獲取產品的相關訊息，並多以收藏紀念為目的、從網路購取心儀物件；與此同時，消費者對產品的版權問題不甚關注。而消費者購買產品的意願與其對學校文化的認同感呈正相關，但與其已有之購買經歷的感受評價相關性不大；以及師生和校友對該校的文化認同感不高，有過半數人保持中立態度。

從師範院校文創產品的研發角度看，該校是有開發蘊含學校文化特色、院系文化特色的專屬文創產品的迫切需求；而被大家視為，最能體現該校文化特色的載體，則非「校訓」莫屬；在產品的設計偏向上，消費者對紀念品類的需求最大，並更為重視產品的紀念性，亦更為希望產品能帶有個性創新的風格。從師範院校文創產品的行銷角度看，產品的價格定位宜控制在人民幣 26-50 元以內；在發布產品的推廣訊息時，要以微信公眾平臺為主要

的外宣媒介，並輔以在學校官網上掛出、在校內宣傳欄上粘貼海報等手段；而通過各大網上商城購買產品，儼然已成為消費者最為追捧的方式；此外，絕大多數的消費者是支持該校創立屬於自己的品牌文化店。

比較完在校學生、往屆畢業生和在職教職工對產品的設計需求和行銷意見後，可得知三類持份者在以下方面存在顯著差別：在校學生會更傾向於依從自身興趣去購買相應產品，他們更希望商家能賦予產品具有獨特性，更想讓製造商設計出帶有傳統民俗韻味的物件，並更喜歡購買鞋帽服飾、節慶禮品和工藝美術品等三類產品；而在職教職工不僅更傾向於在審視物品能否日常使用後再觸發購買行為，還更想讓產品彰顯出個性、創新和青春時尚之氣息，並更想採購到與母校文化相關的文具、食品和生活用品；往屆畢業生則更為看重產品的收藏性。在行銷意見方面，在校學生是相對多地期望能從校園內的橫幅、傳單、宣傳欄和報章雜誌中得知產品詳情，以及會更為傾向於親身到線下專營店內選購；期望以微博作為獲取產品資訊的媒介和於線上購買商品，則是更多地出現在往屆畢業生群體之中；相較而言，在職教職工是更為希望能通過銷售方官網來查閱有關產品的介紹，並更為青睞於透過撥打指定電話來訂購物品。

二、建議對策

即便本研究中的消費者普遍表示是有較高的意願去購買相關文創產品，也得知其對該校文化創意產品的設計需求和行銷意見，但亦無法否認他們對母校的文化認同度是處於低位水平的事實。對此，筆者提出以下三點建議和改進對策，以期推動師範院校文化創意產業及其產品能更好更快地發展。

(一)校園文化的傳承和革新

師範院校要先加強校園文化建設，以提升各持份者對學校文化的認同感，為後續塑造學校品牌形象打下基礎。學校文化，是指一所學校在長期的教育實踐過程中逐步累積、傳揚的價值理念、規範體系和視覺環境的總和；在一定程度上，學校品牌的實質是一種「文化認同」，是公眾對學校的印象和評價(閔德明，2006)。

而現時高校的生源質量與社會影響力，是直接同高校校園文化和品牌形象的建設相關聯；如若能順利開發出校園文化創意產品，則是會兼收順應「文創」時代發展、傳播學校文化和推廣學校品牌這三者之利(于曉明，2018)。

因此，個案高校更應堅定辦學理念，恪守校訓囑託、突出師範特色；加快建立現代大學治理體系和建設「智慧校園」的步伐，提升內部教學和行政管理水平；並多對校園視覺環境著墨，做好景觀綠化和文化設施等的規劃、建設和管理工作，美化和優化育人環境，給學生以正面向上的感受和富有師範教育之精神的氛圍薰陶。

(二)開發與設計方向明確化

梳理和挖掘學校文化資源中的價值內涵及其元素，充分發揮學生開發文創產品的主體作用，重視文化創意品牌和知識產權的創造、運用和保護工作。要想提升文化創意產品的開發水平，校方就應調動學生的積極性，鼓勵他們參與到產品的研發過程之中。以滿足目標受眾的多樣化消費需求為設計的出發點，開發實用性和藝術性兼備、適應現代生活需求之商品；並整合校內各學生組織的文化資源，廣泛應用多種載體向外界呈現出來。如在成本可控的情境下，應優先考慮開發兼具文化內涵、實用價值和科技含量的數字產品，以提升產品的體驗性和互動性。

除此之外，學校應結合師範院校的特色和服務地區基礎教育之志向，為廣大中小學生開發符合其群體特點和學習需求的文創產品；以及與旅遊產業進行跨界融合，開發具有嶺南特色、廣府文化、客家文化和潮汕文化的旅遊商品和紀念品，更多地將周邊社區空間、設施和藝術品位融於設計中，並可擴大設計元素之外延至省內革命老區、民族地區、貧困地區的文化遺產資源。師範院校文化創意產業的發展，可被視作一個完整的實踐教學過程；它能發揮學生的創造力和主觀能動性，激發他們對各自專業知識的興趣，並可從中收穫一定的滿足感和成就感；此外，還能推動專業建設服務校園文化，促進教學水平的提高和人才培養計劃的完善(陳遲，2018)。

比方說，以學校創新創業學院作為牽頭部門，指派或遴選出合適的、由跨院系學生組成的設計/創業團隊負責開發事宜；該團隊必須經學校審批而獲得授權後，方能開始產品的研發；然後，由團隊內的美術學院學生繪製出產品設計圖，化學系學生負責美容化妝品類的研發，由生物與食品工程學院的烹飪與營養教育專業學生研製可食用之產品，音樂系學生則負責灌錄校歌的母帶和伴奏帶；更可聯合數學系、物理與信息工程系、計算機科學系和教師教育學院的學生，依託高新技術共同開發數字創意產品和創新展示方式，甚至可利用校內的跨學科探究創新實驗室生產製作部分簡易產品等等。

當然，校方也可以主動尋覓和引導合適的社會資本投入學校文化創意產品的開發，順帶拓展更為多元的投資機制；更可以直接選擇對外招標，以限量複製、加盟製造、委託代理等方式，讓社會力量參與到產品的設計、生產、經營等活動之中。

(三)產品行銷方式和通路多元化

明確市場定位，採取合適且有效的定價策略。在發展初期，團隊更適宜採用基於顧客對產品品質與可接受價格之心理知覺的「知覺價值定價法(Value-based Pricing)」；進入穩定期後，則建議使用「心理定價法(Psychological Pricing)」，如參考市場同款產品之定價情況的「參考價格定價法」等。

創新產品行銷之推廣理念，提高傳播工具與產品整合之效率。傳播媒介主要可分為口傳媒介、印刷媒介和電子媒介三類，當中要數短信、郵件、QQ、微信、博客、微博和播客成為每天人們最常使用的個人傳播工具(閔德明，2013)；團隊應著重圍繞此幾項方式集

中發力，以形成合適且穩定的產品推廣媒介之矩陣。此外，還應綜合運用多種工具，把握有利時機，及時將產品在學校各類展覽、主題活動、招生招聘、國內外校際交流等情景下進行行銷傳播。而刊印廣告在由學校定期製作、控制和派發的印刷品，如報刊、書籍和小冊子等，能更為直接、方便和靈活地向在校群體推廣(閻德明，2000)。

採用多元行銷策略，促進線上線下通路相融合，以完善文創產品的行銷體系。校方可在保證不打擾日常教學與生活的前提下，劃出部分自有空間用於文化創意產品的展示和銷售；在客流量大且顯眼之處，如餐廳、圖書館大廳等擺放自動販售機。當發展到一定階段時，亦可考慮在附屬中小學校內設置專賣店或代售點。在條件允許的情況下，可將全線專營店升級為品牌文化店，力求通過品牌行銷創造更多權益。學生團隊則應綜合運用各類主流電子商務平臺，如淘寶、天貓、京東、當當、亞馬遜等，積極拓展社交電商等網路行銷新模式。

同時，要注重對客戶及其網路評論的維護工作，因為正面的網路口碑是有利於網路創業績效的提升(吳婉慈，2017)。另外，建立和善用顧客資料庫資訊，輔以會員制模式，定期通知會員相關行銷活動，以提升顧客的回流率和品牌忠誠度；並有效整合相關持份者群體，以換取產品在各消費者群體有全面曝光的機會，進而發掘出更多的潛在消費者(林懿貞、王翊全，2007)。除卻設立專營店和網路商店外，還可通過不定期參加校園集市、贊助校園活動等方式來推介產品和增加品牌效應；也可考慮開發手機小程序或應用程式，讓消費者能更為方便、快捷地購買到產品(朱金明、奚少敏，2019)。

三、未來展望

本研究試圖以消費者為導向，對師範院校文化創意產品的前景、設計和行銷需求展開實證研究，但也還存在著一些不足和缺陷。例如，在選項的設置上，對購買目的、學校文化特色的載體、產品屬性、產品風格和類型等方面仍有一定的局限性；對同為購買通路的「實體專營店」、「網上購物」，也沒有分別細分為「專賣店和代售點」、「網路商店和手機小程序 / 應用程式」等不同類別；在宣傳媒介上，「海報」可考慮併入「校內宣傳欄」一項中，以及可增加部分時下流行的手機應用程式作為選項，如抖音(Tik Tok)、快手(Kwai)、小紅書、今日頭條(Topbuzz)和火山小視頻(Vigo Video)等等。

上述這些都是日後研究所應注意和改進的地方。一方面，受筆者的學識水平的影響，對研究所需之概念的操作化過程相對簡陋，測量指標的數目和取值有限，選用的只是眾多可行性中的一種；另一方面，對調查對象的選擇上，亦受本研究所具備的人力、物力和時間等方面限制的影響，樣本來源僅局限於廣東省內某一師範院校，也未能更為客觀、全面地將離退休教職工、學生家長、潛在學生、畢業生的雇主 / 僱用機構、購買服務的公私立機構和其他社會人士等高等教育的主要消費者納入考察範圍(戴曉霞，2000；劉雯、李靜、黃宇鑫，2018)。此外，如若後續有採用心理學的實驗法或質的研究方法的研究資料相佐證，定能更大地提高是次研究結果的真實性和可靠性。

參考文獻

- 于國華、吳靜吉 (2012)。臺灣文化創意產業的現狀與前瞻。二十一世紀，133，82-88。
- 于曉明 (2018)。高校校園文化創意產品開發方案研究——以瀋航為例 (未出版之碩士論文)。瀋陽航空航天大學設計藝術學院，瀋陽市。
- 中華人民共和國文化和旅遊部 (2019)。關於對《文化產業促進法(草案徵求意見稿)》公開徵求意見的公告。中華人民共和國文化和旅遊部政府門戶網站，
https://www.mct.gov.cn/whzx/ggtz/201906/t20190628_844719.htm，(2019年10月20日)。
- 中華人民共和國國家統計局 (2018)。關於印發《文化及相關產業分類(2018)》的通知。中華人民共和國國家統計局網站，
http://www.stats.gov.cn/tjgz/tzgb/201804/t20180423_1595390.html，(2019年10月20日)。
- 中華人民共和國國家統計局 (2019)。文化事業繁榮興盛 文化產業快速發展——新中國成立70週年經濟社會發展成就系列報告之八。中華人民共和國國家統計局網站，
http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201907/t20190724_1681393.html，(2019年10月20日)。
- 中華人民共和國教育部 (2019a)。教師教育基本情況介紹。中華人民共和國教育部政府門戶網站，
http://www.moe.gov.cn/fbh/live/2019/51106/sfcl/201909/t20190903_397022.html，(2019年10月20日)。
- 中華人民共和國教育部 (2019b)。2019年全國高等學校名單。中華人民共和國教育部政府門戶網站，
http://www.moe.gov.cn/jyb_xxgk/s5743/s5744/201906/t20190617_386200.html，(2019年10月20日)。
- 王文科、王智弘著 (2014)。教育研究法 (增訂第十六版)。臺北：五南圖書出版股份有限公司。
- 王柳鳳、郝俊傑、曾希 (2018)。校園文化創意產品設計研究——以桂林電子科技大學信息科技學院為例。大眾文藝，18，79-80。
- 王珊 (2018)。高校文化創意產品的開發與營銷研究——以「集品」原創品牌為例。藝術教育，16，104-105。
- 王濤 (2012)。廣州市文化創意產業發展模式研究 (未出版之碩士論文)。暨南大學經濟學院，廣州市。

師範院校文化創意產品的購買意願、設計與行銷：以中國沿海地區某師範院校為例

Customer Purchase Intention, Design and Marketing of Cultural and Creative Products in Normal Universities and Colleges: A Case Study of a Normal University in Coastal Area of China

- 朱冰潔 (2018)。高校文化創意產品設計研究 (未出版之碩士論文)。河北師範大學美術與設計學院·石家莊市。
- 朱金明、奚少敏 (2019)。高校文化創意產品的研發與營銷對策研究——以廣州工商學院為例。太原城市職業技術學院學報，**3**，97-99。
- 朱鵬 (2018)。高校文創產品創新與發展路徑研究。南京藝術學院學報 (美術與設計)，**4**，151-154。
- 吳婉慈 (2017)。微型創業之成功關鍵因素——以網路商店為例 (未出版之碩士論文)。國立成功大學高階管理碩士在職專班·臺南市。
- 呂從娜 (2018)。盛京文化背景下高校文化創意產品設計研究。美術大觀，**10**，148-149。
- 李少傑 (2019)。「新師範」：對教師教育的繼承與超越。廣東教育 (綜合版)，**2**，26。
- 李啟誠、詹舒雯 (2015)。人格特質、生活型態對消費者行為之影響——以布袋戲文化創意商品為例。正修學報，(28)，71-96。
- 李鳳亮、潘道遠 (2018)。文化自信與新時代文化產業的功能定位。深圳社會科學，**1**，95-101。
- 李樑堅、黃桂香 (2018)。客家族群文化認同與客家文創產品購買意願之關聯性研究。全球客家研究，(11)，115-162。
- 李澤民 (2018)。師範類專業認證背景下高師院校發展路徑研究。廣東第二師範學院學報，**38(4)**，17-22。
- 周健、霍秉坤 (2011)。教學內容知識中教學策略和表徵的區別——兩位教師新詩教學的個案研究。教育曙光，**59(3)**，51-58。
- 周磊、杜滇峰著 (2017)。當代文化產業發展概論。石家莊：河北人民出版社。
- 孟琴 (2015)。四川大學校園紀念品市場化開發相關問題探究。美與時代 (城市版)，(7)，102-103。
- 易丹 (2017)。我國高校文化創意產品營銷傳播研究 (未出版之碩士論文)。湘潭大學文學與新聞學院·湘潭市。
- 林英典主編 (2000)。教育統計學。廣州：廣東高等教育出版社。
- 林懿貞、王翊全 (2007)。科技於文化創意產業之應用——整合行銷與品牌觀點。國教之友，**58(3)**，17-24。
- 林靈宏、張魁峯著 (2006)。消費者行為學 (第二版)。臺北：五南圖書出版股份有限公司。
- 金廣 (2012)。大學生校園文化消費初探。教育與教學研究，**26(10)**，54-57。
- 冒巍巍、陳方璽、桑大偉 (2020)。高校地方研究院開發利用校友資源策略研究。高教學刊，(18)，80-82+86。
- 胡曉、李雅婷、王霽 (2019)。粵港澳大灣區文化產業創新發展研究。深圳社會科學，**1**，19-26。

- 胡鵬林、劉德道 (2018)。文化創意產業的起源、內涵與外延。《濟南大學學報 (社會科學版)》, **28(2)**, 123-131。
- 風笑天著 (2013)。社會研究方法 (第四版)。北京：中國人民大學出版社。
- 徐秀如、謝清秀、尤郁斐、張筠、陳敏瑄 (2016)。蝴蝶蘭文化創意服飾商品與消費者購買態度之探討。《華岡紡織期刊》, **23(5)**, 295-304。
- 高於輝 (2019)。高校文化創意產品設計與策劃幾點思考——黑龍江工業學院為例。《湖北開放職業學院學報》, **32(5)**, 140-142。
- 高俊芹 (2018)。高校校園文化產品的品牌構建與推廣——以南開大學品牌文化店為例。《現代營銷 (下旬刊)》, **11**, 58-60。
- 張奇主編 (2009)。SPSS for Windows: 在心理學與教育學中的應用。北京：北京大學出版社。
- 張修銘 (2012)。創意商品概念運用於校園創意商品開發——以大同大學為例 (未出版之碩士論文)。大同大學工業設計研究所, 臺北市。
- 張曉楨 (2013)。文化創意對溫泉會館遊客消費意願與滿意度之影響。《文大商管學報》, **18(2)**, 51-78。
- 曹錦陽 (2019)。粵港澳大灣區文化創意產業集群發展量化分析研究。《深圳社會科學》, **1**, 27-36。
- 符亞威 (2015.05.14)。深圳大學品牌文化店開業。《深圳特區報》, 第 A05 版：要聞。
- 莊育振、胡雁婷 (2012)。次文化創意產品設計之研究——以臺灣網路文化創意產品設計實務為例。《文化創意產業研究學報》, **2(3)**, 313-340。
- 閔德明 (2006)。學校品牌的文化品味。《教育科學研究》, **4**, 14-16。
- 閔德明著 (2013)。《現代學校管理學 (第二版)》。北京：人民教育出版社。
- 陳怡君 (2014)。消費者知覺風險、自我形象一致性對其購買意願與口碑之影響——以文創產品市場的行銷溝通為調節變項 (未出版之碩士論文)。淡江大學企業管理學系, 新北市。
- 陳俞伶 (2015)。文化創意商品的未來圖像——以消費者情緒的角度探討 (未出版之碩士論文)。淡江大學未來學研究所, 新北市。
- 陳榕之、楊文廣、李素箱、謝薇瑩 (2017)。商店形象、商品屬性與消費者伴手禮購買意願之研究。《朝陽商管評論》, **16(2)**, 1-21。
- 陳遲 (2018)。校園文化建設背景下的文化創意產業發展——以黑龍江外國語學院藝術系為例。《藝術研究》, **2**, 222-223。
- 彭上觀 (2019)。「華南師大-中小學」協同發展聯盟第二期建設在我校啓動。華南師範大學新聞網, <https://news.scnu.edu.cn/24965>, (2019 年 10 月 20 日)。

師範院校文化創意產品的購買意願、設計與行銷：以中國沿海地區某師範院校為例

Customer Purchase Intention, Design and Marketing of Cultural and Creative Products in Normal Universities and Colleges: A Case Study of a Normal University in Coastal Area of China

- 彭瓊倫、陳首蕓、柯皓仁 (2015)。校園文創品牌開發設計與行銷——以國立臺灣師範大學為例。國際文創產業匯流學術研討會：第八屆美學藝術與文化創意產業研討會。嘉義縣，頁1-12。
- 湯京花、崔佐卿 (2017)。校園文化創意產品的設計與探究。齊齊哈爾大學學報 (哲學社會科學版) · 8 · 147-149。
- 賀靖婷 (2019)。歷史文創產品展示策略與增強現實技術對消費者產品評價和購買意願的影響 (未出版之碩士論文)。武漢大學，武漢市。
- 黃光甫、蘇展平、柯政良 (2017)。服務品質、價值與消費者行為意圖關係之研究。文化事業與管理研究 · 17(3) · 20-39。
- 黃博彥 (2018)。努力構建新時代教師教育的南粵模式——廣東「新師範」建設工作推進會召開。廣東教育 (綜合版) · 6 · 13。
- 黃朝暉、伍琦璠、金彤彤 (2019)。校園文創產品開發設計與商業模式探析。包裝工程 · 40(6) · 15-20。
- 楊楚瑤 (2019)。基於文化價值觀的海外博物館文創產品消費者購買意願的影響因素研究 (未出版之碩士論文)。東華大學，上海市。
- 趙培雲 (2019)。淺析我國高校文化創意品牌的建設與價值——以杭州師範大學為例。傳媒 · 9 · 73-74。
- 劉彤瑤 (2019)。「一帶一路」背景下長江經濟帶文化產品出口現狀及發展對策分析——以湖北省為例。武漢職業技術學院學報 · 18(5) · 115-120。
- 劉雯、李靜、黃宇鑫 (2018)。少數民族地區高校文化創意產業發展SWOT分析。新聞知識 · 9 · 34-37。
- 樊傳果、楊木生 (2015)。校園文化創意產品：大學品牌文化傳播的重要載體。傳媒 · 24 · 64-66。
- 潘慧玲、林靜霞 (2019)。一所新高中學校行銷策略之個案研究。學校行政 · 120 · 94-114。
- 蔣園園、楊秀雲、李敏 (2019)。中國文化創意產業政策效果及其區域異質性。管理學刊 · 32(5) · 9-19。
- 鄭如旗 (2014)。大學校園商品消費價值對再購意願影響之研究——以學校形象與認同為調節變數 (未出版之碩士論文)。國立臺北教育大學文化創意產業經營學系，臺北市。
- 閻德明 (2000)。現代學校形象的設計與傳播。教育理論與實踐 · 8 · 28-31。
- 戴曉霞著 (2000)。高等教育的大眾化與市場化。新北：揚智文化事業股份有限公司。
- 羅文坤、鍾宜珈、羅雁紅 (2015)。品牌聯盟中產品涉入程度對知覺價值與購買意願的影響——以文化創意產業為例。中國廣告學刊 · (20) · 54-85。
- 羅淑芳 (2014)。文化創意品牌形象與環境氛圍對消費者購買意願影響。行銷評論 · 11(3) · 203-226。

- 譚祖雪、周炎炎編著 (2013)。社會調查研究方法。北京：清華大學出版社。
- 蘆青 (2019)。基於設計心理學的高校文化創意產品設計應用研究 (未出版之碩士論文)。
鄭州大學美術學院，鄭州市。
- 蘇文仲、林伯賢、韓豐年 (2018)。文創產品情感設計與消費者購買意願之研究。中華印刷科技年報，213-224。
- 顧梓鎡、劉帶、倪婧、鐘麗芬、黃華怡 (2019)。高校文化創意產品設計與營銷的策略。韶關學院學報，40(7)，58-61。
- Grewal, D. Krishnan, R. Baker, J. & Borin, N. (1998). The effect of store name, brand name and price discounts on consumers' evaluations and purchase intentions. *Journal of Retailing*, 74(3), 331-352.
- Warshaw, R. (1980). A new model for predicting behavioral intentions: an alternative to Fishbein, *Journal of Marketing Research*, 17(2), 153-172.

可利用性的空間政治：臺中車站暨周邊公共空間的場景構作與身體繫留

The Spatial Politics of Affordance: The Scenes-making and Corporeal Mooring in Public Space around the Taichung Station

王志弘 Chih-Hung Wang

國立臺灣大學建築與城鄉研究所教授(通訊作者)

Professor, Graduate Institute of Building and Planning, National Taiwan University
(Corresponding author)

高郁婷 Yu-Ting Kao

國立臺灣大學建築與城鄉研究所博士候選人

Ph.D Candidate, Graduate Institute of Building and Planning, National Taiwan University

本文為科技部專題計畫 (MOST 107-2410-H-002-189) 之部分成果，感謝何函育與施靖霜協助田野訪查及收集資料。本文修改前曾發表於 2019 年臺灣社會學會年會，12 月 1 日，中央研究院人文館。

摘要

臺中車站高架化偕同周邊都市更新與綠川整治，深刻改造了舊城紋理。作者關注以臺中車站為核心的公共空間轉型，如何部署新的環境可利用性，卻形成排斥的美學化場景。相對的，邊緣群體持續在身體繫留中挪取環境特質，塑造適應需求的空間功能與地方意義。作者從事實地觀察，並訪談主管機關人員，獲得以下發現：首先，景觀化的公共空間不鼓勵停留、座椅極少，也忽略臺灣氣候特徵。其次，空間設計雖受重視，但貼附於美學化皮層的引導、禁制和宣傳圖文，透露著突兀的管理主義氛圍。第三，人群靈活辨識環境可利用性來安頓身體並漸受寬容，但街友與外籍勞工的蹲佔躺臥，卻承受較嚴格管制。公共空間生產與建構的可利用性政治，彰顯為美學場景化的難以使用，以及不同人群挪取環境可利用性之身體姿態的差別待遇。場景構作與身體繫留的緊張，透露出都市領域化治理、紋理可利用性，以及身體皺褶行動之間的動態。

關鍵字：都市更新、都市治理、身體政治、環境設計、姿態

Abstract

The elevated construction of Taichung Station, along with the reconstruction of Green Waterway, has profoundly reshaped the textures of the old city centre. We shed light on how the transformation of the public space around Taichung Station has deployed new environmental affordance while producing rejective aestheticized scenes. On the contrary, marginalized groups have been constantly appropriating the environmental features in their corporeal mooring to shape spatial functions and place meanings that suit their own needs. Through on-field observation and in-depth interviews with key officials, we have found that, firstly, the landscaped public space does not encourage one to stay, given that it offers few seats and has failed to take the climate of Taiwan into account. Secondly, even though spatial design seems to gain importance, an abrupt sense of managerialism still reveals itself with the many placards and signs that work to guide, ban or promote certain behaviours posted upon the aestheticized surface. Thirdly, people are increasingly allowed to flexibly recognize their own environmental affordance to settle their own bodies, but the homeless and the foreign workers are still rather strictly regulated to not to squat or lie down. The affordance politics of the production and construction of public space hence embodies itself as the difficult usability of the aestheticized scenes, as well as the differentiated treatment different groups receive in their appropriation of the environment. The tension between scene making and corporeal mooring has testified to the dynamics between territorialized governance, affordance of textures and corporeal foldings.

Keywords: urban renewal, urban governance, image, body politics, environmental design, gesture

壹、前言：門戶再造的空間衝擊

舊城再造是晚近各國都市再開發的策略，鐵路車站則是更新或再生的重點。大城市車站是都市交通樞紐、繁華商業街區核心、城市景觀地標，也是民眾記憶的深刻印痕。但近年汽車及快速道路基礎設施，以及新市區擴張，威脅了舊城區的地位。繞過密集聚落的外環道路、位於城郊的高速公路交流道，以及高鐵車站特定區的闢建，搭配新市區開發，創造出既包圍又繞過舊城區的新都市群島。相形之下，舊城區宛如人人想掙脫的腐朽泥淖。

鐵道橫越市區，造成平交道安全疑慮，以及前後站阻隔等問題。於是，舊城再造經常訴諸「縫合」觀念，並體現為軌道和車站的「立體化」方案。在臺灣，自 1980 年代臺北鐵路地下化專案計畫¹啟動以降的三十餘年間，臺灣主要城市的鐵道設施陸續改建為地下化或高架化路線和車站，如已經完成的高雄市鐵路地下化及臺中市鐵路高架化計畫，帶動沿線及車站周邊紋理改變，堪稱都市門戶再造。2017 年起行政院推動的前瞻基礎建設計畫，也納入臺南、桃園、嘉義等市區鐵路立體化計畫²。此外，臺中山海線、彰化市、斗六、宜蘭市區、花蓮至干城、臺南新營至柳營、嘉義民雄至水上等地，也有鐵路高架化可行性研究 (陳燕珩，2019)。鐵路立體化、新建車站及周邊土地再開發，成為舊城再造的動力和表現，寄望帶來重塑都市意象、促進交通移動、減少鐵路意外、改善環境品質、提升土地價值等多重效益。

然而，所費不貲的改造計畫，雖有政府及地方人士熱心倡議期待，也引發輿論及學界人士批評。主要反對意見包括：數十年來，已建造許多陸橋和地下道來解決鐵公路交會問題，耗費巨資的立體化計畫只能消除僅餘的少數平交道；除了車站周邊，沿線土地再發展及縫合效益難以確認，不如只開發站體本身，興建跨站平臺以連結前後站；高架站區的軌道數量不足，加以臺鐵捷運化增設車站，導致運能與速度降低；立體化車站的營運和維護成本較高 (陳文姿，2017；陳燕珩，2019；雷光涵，2018a, 2018b；嚴文廷，2019)。不過，這些基於成本效益評估及運輸效能分析的評論，並未觸及車站及周邊公共空間的社會向度，特別是不同使用者的經驗。

車站不僅是流動網絡的節點、舊城區的建築地標，更是重要的公共空間。鐵路與公路客運匯聚的移動便利性，令車站地區的可及性 (accessibility) 極高。車站人潮帶動了周邊商業活動，供應各種生活資源和公共設施，呈現為密集而異質的都市紋理。於是，車站及

¹ 臺北鐵路地下化專案分為幾個階段：華山至萬華車站地下化 (包含新建臺北車站及共構之捷運地下車站，1983-1989)、地下化東延松山專案 (1989-1994；地面鐵路改為市民大道，並新建高架快速道路)、萬華至板橋車站地下化 (1992-2002；地面鐵路成為艋舺大道、華翠大橋、縣民大道)，以及松山至南港車站地下化 (1998-2011)(交通部鐵路改建工程局，2014)。

² 除鐵路立體化外，軌道運輸項目尚包括臺鐵服務水準提升、高鐵與臺鐵連結、中南部觀光鐵路，以及捷運與輕軌建設等 (行政院，2017)。

其周邊不僅是人事物的流動穿越路徑，也是停駐逗留場所。除了居民、商家及旅客外，也是街友匯集的地點，以及假日短暫且移動力受限的東南亞移工休憩首選（王志弘，2006，2011；陳建元、張凱茵、楊賀雯，2016）。

人群在基於特定政策而規劃興建的公共空間中，不會只依循規範和引導來使用公共空間，也會通過身體行動而創發不同使用方式，並賦予意義，形成賽莎·洛爾（Setha Low, 2000）所說的「公共空間的社會建構」（social construction of public space）。人們通過在物質場所中的社會交換、記憶、意象和日常使用，將實質空間轉變為承載意義的場景（scene）和行動，呈現支配、規訓、衝突、抵抗，以及有關合宜行為和社會秩序的不同見解之間的競逐。因此，公共空間是權力施展的場域，是社會控制的空間化，體現為建築、空間安排和身體之間的動態（Low, 2000: 128-129）。

本文嘗試進一步關注實質環境和人類體現行為（embodied behaviors）的關係，特別是公共空間再造後，改變的環境紋理與「可利用性」（affordance）³所引發的彈性運用和管制爭議，藉此凸顯公共空間政治的物質及身體面向。所謂的可利用性，源於生態認知心理學者詹姆士·吉布森（James J. Gibson）於1970年代發展出來的觀點（Gibson, 1979），指涉包括人類在內的動物，對於生活所在環境中之表面、形狀、紋理等特質，覺察到其所可能提供的特定功用。例如，牢固的地面可以站立、約膝蓋高的平面可以坐下，或是對望的座椅提供了交流可能性等。可利用性凸顯了環境特質、人類感知、意義賦予及身體可能行動之間的關係，結合 Low 有關公共空間之生產與建構的社會控制及衝突觀點，構成都市治理的領域化邏輯、環境紋理可利用性，以及身體皺褶行動等分析層次，有助於我們考察舊城區都市紋理⁴改造後的公共空間政治，提出不同於成本效益及運輸效能批評的視野。

³ Affordance 譯名尚未統一，常見譯詞有：直觀功能、預設用途、可操作暗示、符擔性、支應性、示能性、能供性、可供性、功能特性、功能承受性、行動可能性、環境供給、環境賦使、可視線索、機緣等。不同譯詞流行於不同領域，例如國內環境感知研究多使用「支應性」、「承擔性」或「符擔性」，體育運動研究多使用「環境賦使」，數位媒體研究多使用「機緣」或「能供性」等。這也顯示可利用性概念除了運用於環境認知與行為外，也延伸至產品設計及網路軟體運用方面，涉及科技物與人類的互動（可參考環境行為研究：李素馨等，2015；郭彰仁，2019；董娟鳴，2019；歐聖榮等，2010；運動研究：黃嘉君、楊梓楣，2008；黃嘉彬、楊梓楣，2016；黃嘉筌、卓俊伶、楊梓楣，2013；產品設計：游曉貞、陳國祥、邱上嘉，2006；數位科技：郭峰淵、曾智義、吳守宏，2012；劉慧雯，2017；鍾蔚文、陳百齡、陳順孝，2006；蘇柔郡、吳筱玫，2018）。本文則採用國家教育研究院之雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網提供之環境科學大辭典譯名：可利用性（<http://terms.naer.edu.tw/detail/1316575/?index=4>）。

⁴ 本文使用的紋理（texture）概念源自建築學，指涉建築物（正空間）和開放空間（負空間）構成的配置，延伸為指稱物質化的空間安排配置，而不是吉布森的紋理概念，特別是他的光學陣列、光學紋理等涉及生物感知能力和經驗的紋理分析方法。

為此，作者選擇 2016 年 10 月臺中車站高架化啟用後，車站及鄰近公共空間（包括車站及附屬廣場、綠川沿線與東協廣場等戶外開放空間）的實質環境變化為例，通過 2019 年 3 月至 10 月間的實地觀察及訪談，探討都市紋理之可利用性轉化下，排斥性的美學化場景與邊緣使用者（特別是街友和東南亞移工）的身體繫留（corporeal mooring）之間的張力。後文首先回顧相關文獻，建立公共空間生產與建構的分析架構，特別運用可利用性概念來彰顯環境物質性、人類感知及身體姿態的關係，並體現為都市領域化治理、場景構作、紋理可利用性，以及身體皺褶行動等多層次分析視野。接著，作者概述臺中車站及周邊空間轉型後，紋理重組與場景構作的特徵及影響。相對的，邊緣群體則持續在身體繫留中擷取環境可利用性，塑造適應其需求的空間功能與地方意義。作者指出，公共空間生產與建構的可利用性政治，彰顯為難以使用的美學化場景，以及邊緣群體擷取環境可利用性之身體姿態的差別待遇，並提示了都市公共空間設計與管理的盲點。

貳、公共空間的可利用性政治

一、公共空間的社會生產與社會建構

都市公共空間不是城市住宅及其他建築之外的殘餘空間，或是消極支持私人往來移動的連通管道。相反，公共空間是框架、促進，以及直接構成城市之物質形態與象徵意義的都市生活基礎，是不同群體嘗試擷用的「資源」、是寄予情感的對象，也是塑造都市意象的重要元素。於是，公共空間本身的建造、管理、維護和使用，並非中立的事務，而是充斥著張力、衝突與妥協，是權力關係施展的重要場域。

有關空間的批判性研究，特別是關注空間作為消極背景、舞臺、脈絡或座標系以外之積極作用者，往往溯及列斐伏爾（Henri Lefebvre）的空間生產（production of space）觀點，亦即空間不僅指涉實質的物理空間或抽象的心靈空間，更是社會生產關係的社會產物與支持，是社會空間（social space）（Lefebvre, 1991: 26）。身為馬克思主義者的列斐伏爾，強調以生產方式來理解的特定社會形構，必須有與之相應的空間生產方能運作。列斐伏爾將空間生產拆解成三個一般層面，也就是空間實踐（凝聚性的空間結構及相應的感知性人類能力與操演）、空間再現（言詞化的空間構想及秩序施加），以及再現空間（生活中體現出來的非言詞象徵、夢想和慾望的空間）（Lefebvre, 1991: 38-39），並內蘊著空間再現系統與再現空間之生活世界，這兩方之間的緊張和鬥爭。不過，列斐伏爾的空間分析大致上還是以馬克思主義框架來推展。例如，列斐伏爾指出，社會空間主要是作為生產力與生產資料、消費對象、政治工具，以及階級鬥爭對象和場域而發揮作用，是生產的社會關係及其再生產的一環（Lefebvre, 1979）。

不過，我們可以將空間生產的論題，運用於更廣泛的都市生活場合。就此，洛爾針對公共空間如廣場與公園的民族誌考察 (Low, 2000, 2017; Low, Taplin & Scheld, 2005)，樹立了批判性都市公共空間研究的標竿。她立基於列斐伏爾及其他人的空間與地方理論，提出空間化文化 (spatializing culture) 觀點，也就是將社會關係、社會實踐及其文化意義定位於空間之中。就此，她進一步區分了「空間的社會生產」和「空間的社會建構」，前者指稱導向物質配置之實質生產的社會、經濟、意識形態與技術力量，凸顯的是公共空間的歷史浮現與政經形構 (Low, 2000: 127-128)，也關注如此生產出來的空間或營造環境 (built environment) 對於社會行動的影響 (Low, 2017: 34)。相對的，空間的社會建構涉及人群寄予特定空間的意圖、意義、想法和夢想，從而創造出地方 (Low, 2017: 66)；它牽涉了「人們通過社會互動、記憶、感覺、想像和日常使用而展開的轉變和爭議，落實為承載特定意義的地方、場景和行動」(Low, 2017: 68)。簡言之，空間的社會生產比較聚焦於物質面 (營造環境)，空間的社會建構則專注於意義面 (地方創製)。

某個意義上，洛爾的空間的社會生產，結合了列斐伏爾的空間實踐 (經驗) 與空間再現 (構想)，空間的社會建構則接近列斐伏爾的再現空間 (生活)，因而有將列斐伏爾的三元架構簡化成為二元架構的問題，但也因此比較能夠凸顯對照性或對抗性的張力。

二、公共空間的可利用性、場景構作與身體繫留

空間的社會生產與社會建構的架構，可以指引我們探討臺中車站高架化及周邊公共空間生產的政經過程，以及營造環境完成後，不同的群體如管理單位與各種使用者，在建構地方意義上的衝突和協調。不過，這組概念雖然強調物質環境有其作用，而人類會賦予意義，卻未能更細緻掌握環境的物質特徵與人類感知及行動之間的互動或共構機制。就此，作者主張可以挪取生態心理學的「可利用性」(affordance) 概念，作為扣連實質環境與人類感知及行動的環節，並延伸提出場景構作 (scene-making) 和身體繫留 (corporeal mooring) 這兩種具體狀態作為考察的焦點。

吉布森將可利用性簡潔地界定為：「環境提供給動物的東西，它所供應或設置的東西，無論結果好壞」(Gibson, 1979: 127)。對動物而言，適合棲息的环境稱為棲位 (niche)，而棲位就是一組可利用性 (Gibson, 1979: 128)。乍看之下，這似乎是將可利用性歸屬於環境特質及其所開啟的機會，是以環境作為主角、甚至能動者的概念。然而，這組關係的另一方，也就是具體的特定動物，其感知、判斷、能力、需求及評價，也是不可或缺的關鍵。棲位不僅指涉動物的棲息處所，也指稱了動物如何棲息。誠如吉布森所言：

可利用性既非客觀特質，也非主觀特質；如果你願意，你可以說它兩者兼具。可利用性跨越了主觀—客觀的二元對立，協助我們理解這種二元對立的不恰當。它同時是環境的事實，也是行為的事實。它既是物理性的，也是心理性的，但並非僅為一端。可利用性同時指涉了環境及其觀察者 (Gibson, 1979: 129)。

因此，究其根本，可利用性乃是動物（感知與行動）能力和環境特徵之間的關係；可利用性概念不能化約為環境或動物任何一方，而是必須聚焦於關係本身（Chemero, 2003）。我們不能將可利用性視為預先存在於環境中的資源、機會或傾向，有待動物或人類來覺察、挑選和使用。相反，人類基於社會及文化構成的感知、評價和需求框架，並置身特定脈絡或情境中，方能覺察、啟動及塑造環境或器物的可利用性。可利用性體現於兩方的關係中，沒了人類認知主體和行動，作為環境特質之潛能的可利用性，就無法顯現。誠然，環境或物件皆有獨立於動物或人類感知的特質，人類或動物也能置身不同環境脈絡而保有同一性，但可利用性作為兩者之間的關係，是在雙方產生關係時才會現形。再者，可利用性得以彰顯時的覺察，既是人在覺察環境，也是在覺察己身，進而構成自身的存在樣態。更概括地說，作為人與環境之關係的可利用性，在此關係的體現中促成了人類以特定方式棲居，從而塑造了特殊的人類存有。

在可利用性的概念下，環境與產品設計就不只是產製特定空間配置或物體構造以提示功能，而是在規劃和設計某種人與物的互動、甚至互構關係。或者說，在設計環境及物件的時候，同時也要設計能夠適當感知及使用這些環境和物件的人類主體。然而，設計者、管理者，以及各種使用者所體現的可利用性，不見得一致。換言之，他們會建立與環境及物件的不同關係，因而緊張、衝突、協商和權力關係，便呈現於這些差異中。譬如，建築師設計了召喚旅客流連的觀景階梯，但旅客可能執意於迅速抵達和離開車站，而不去使用。或者，設計者刻意在大片牆面留白，以便召喚旅客的視覺震撼，但管理者基於人流引導，在上面設置了色彩繽紛的標語和指引資訊。當然，多數時候我們會順利進入習以為常、不假思索的可利用性中，成為正確辨識和運用環境線索的合宜主體，社會秩序於焉成形。

設計的環境特徵或物件，乃是安置於更廣大的脈絡紋理中，而非孤立存在；與環境或物件共構而形成可利用性的人，也不是獨立自存，而是置身於特定社會關係、過程與時空情境中，並且具有歷史沉澱與社會養成的習性。因此，可利用性的體現很複雜，必須參照脈絡、紋理、情境及文化習性而定。為了聚焦分析，本文創製兩個概念——「場景構作」與「身體繫留」——來掌握臺中車站暨周邊空間中的可利用性。

場景是場合、場面、場所，與景觀、景象、景緻等意義的融合，是具備特定型態、框構、焦點，以及言行導引線索的環境紋理安排，宛如影視拍攝佈景一般。公共空間的規劃設計或空間生產，往往涉及了場景構作，建構出由功能主導的場景，或是凸顯美感經驗的場景，後者晚近深獲重視，成為都市意象塑造的核心。這些構築的場景遍布於公共空間，企圖體現特定的可利用性，也就是特定的人與環境關係。然而，使用者不見得會順利體現這些場景預期的可利用性，反而有偏離規範或彈性挪用的方式，進而構成了其他可利用性。從使用端來設想的可利用性，可以用身體繫留為媒介來討論。所謂的身體繫留，乃是使用者通過身體感官和言行舉止，與環境特定部分產生牽繫而實現了可利用性。這不是持續移動，也不是穩固不變，因而稱為繫留，取其暫時連繫而駐留的意思。於是，規劃設計者及管理者的場景構作，與不同使用者，特別是街友和東南亞移工的身體繫留，可能形成對比

強烈且引發爭議的可利用性。吉布森界定的作為一組可利用性的生物棲位，正是街友或東南亞移工的一系列身體繫留節點和軌跡，串連起他們的生活支持網絡。

後文將指出，街友和東南亞移工基於特殊的處境、需求和能力，在公共空間紋理中辨識和體現出來的可利用性，與都市治理籌劃者和執行者的場景構作預期，大異其趣。這種差異將激發出公共空間中的權力施展，並表現為可利用性的政治。就此，我們也以空間之社會生產與社會建構的政經和文化面向，補充了吉布森過於偏向動物生物性及環境物質性的探究取徑。

三、公共空間的領域化、紋理與皺褶

作者通過可利用性、場景構作和身體繫留這組概念，嘗試將公共空間的社會生產與社會建構予以聚焦，並凸顯環境紋理的物質性、人類身體感知與行動之間的密切關係，藉以掌握公共空間的物質面和身體面。然而，為了將這些概念放回空間分析來探討，並掌握宏觀至微觀的不同層次，作者進一步將它們放在領域化 (territorialization)、紋理(texture) 和皺褶 (folding) 的架構中，來凸顯其中的空間動態和層次。

公共空間並非均質的存在，而是體現為各處不同的具體紋理質地。紋理既是指涉公共空間之物質構造配置的紋理，也是通過可利用性概念而彰顯的、具體情境下的社會行動及主體樣態。不過，不同使用者雖然會在特定處境下形成不同的可利用性，但出於文化習性、社會規範，以及設計者與管理者之場景構作的強烈引導力量，多數使用者的可利用性塑造，會落在特定範圍內，也就是能被接受為常態或正常的狀況，雖然範圍的邊界不見得十分明確，而是視情況而有協商的彈性。在這個範圍外，則有被視為違反常態或規範的可利用性塑造，但其違反有不同嚴重程度，或者說，引起管理者主動介入管制的不同程度。我們可以將這些違逆常態或規範的可利用性塑造或身體繫留方式，稱為皺褶，取其因為折曲越界而可能磨耗或改變紋理的意涵。相對的，都市治理之籌劃者和執行者，或者說公共空間之設計者與管理者據以構築場景的空間配置邏輯，則可以稱為領域化，這也是紋理的形成條件。

這組區分挪取自王志弘與高郁婷 (2017)，他們在探討都市開放空間中人與動物的關係時，參考林文源 (2014) 和張小虹 (2016) 而提出領域化、紋理和皺褶的分析架構。他們指出，「都市領域化是指以人類需要為中心，將城市生活環境依照特定運作邏輯而組構起來的過程」(王志弘、高郁婷，2017: 2)。其次，領域化作為將空間組織起來的邏輯，會塑造出具體樣貌，也就是積澱凝聚而形成特殊紋理，這包含了「具體情境連結、物質 - 空間實作，以及主體性配置」(林文源，2014: 26)。最後，皺褶概念源自德勒茲 (Gilles Deleuze, 1988, 1993)，但根據張小虹 (2016) 的闡述，「皺褶突破了線性單一、僵化凝滯、二元對立、界線分明的思考理路，展望跳躍摺曲、滑動疊覆、內外翻轉、跨境穿越的感知形勢，超越幾何形式的對映，邁向拓樸學的轉譯」(王志弘、高郁婷，2017: 2)。簡言之，皺褶往往是針對領域化所塑造之紋理的踰越和更動；領域化及其紋理部署，激發了皺褶實作，而

可利用性的空間政治：臺中車站暨周邊公共空間的場景構作與身體繫留

The Spatial Politics of Affordance: The Scenes-making and Corporeal Mooring in Public Space around the Taichung Station

這又引動了進一步領域化的紋理部署或調控。

若以可利用性概念來闡述，紋理作為物質配置及其提示之情境連結與主體性構成，正是特定可利用性的具體內涵。場景構作的可利用性，則透露了官方治理由上而下施加的領域化邏輯，它促成且支持了特定紋理配置或可利用性。皺褶則是對於領域化所形塑之邊界與秩序——也就是主導性的紋理、場景構作與可利用性——的質疑、迴避或跨越，表現為違逆常態的身體繫留或「另類」可利用性。當然，皺褶有時候會受到壓抑排除而抹平，有時候卻會逐漸積澱而形成新的紋理、場景，甚至可能促成新的領域化，也就是新治理邏輯的浮現。圖 1 摘要了這些概念之間的一般關係，將空間的社會生產與社會建構，聯繫上領域化、紋理和皺褶的區分，進而連結上可利用性的政治，也就是主導性的場景構作與違逆式身體繫留之間的張力。

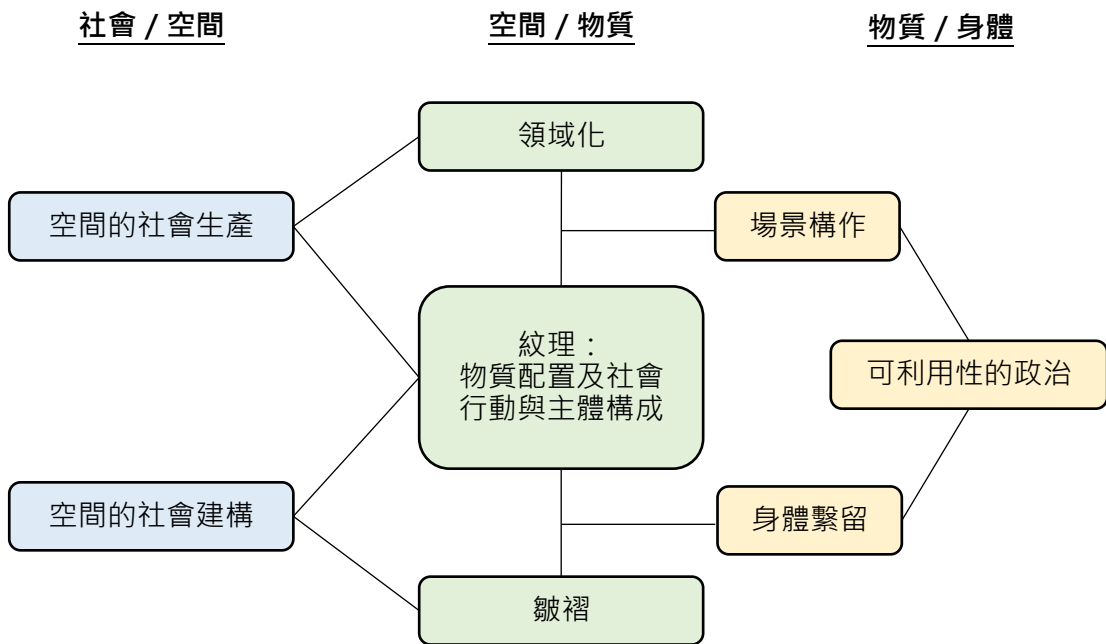


圖 1 概念架構

參、臺中車站周邊的紋理重組與場景構作

一、臺中市區鐵路高架化暨車站新建的紋理重組

臺中車站位於臺中市舊市區核心，鄰近中區、東區、西區和南區交界處（大約在建國路與民權路口）。這個交界樞紐位置，彰顯了火車站的門戶功能與地標意義。臺中車站始建於 1905 年（時稱臺中停車場），位於今日車站西南側。1911 年，日人在 1900 年臺中市區改正的格網基礎上，實施更完備的市區改正，確立舊城區以鐵路為核心的街道格局（陳靜寬，2012: 125, 133）。此後，人口與商業持續增長，舊站不敷使用，遂於 1917 年興建完成新臺中驛。1949 年仿原樣式擴建車站右翼後，臺中車站的形制基本未變，直至臺中市鐵路高架化計畫興建新站，並於 2016 年啟用，舊站則以國定古蹟身分保存（朱書漢、宋德熹，2017）。

1990 年代，緊鄰車站的中區、東區和西區人口漸趨飽和，不再明顯增長。特別是站前的中區，戶籍人口數甚至減少，形成空屋閒置狀況（表 1）。相對於城市往西延伸的新穎重劃區景觀和公共設施供應，車站一帶的陳舊風貌沾染了落後破敗污名，促使舊區再發展成為地方期待與官方治理議程。鑒於臺北市區鐵路地下化的前例，臺中舊區再發展也寄望鐵路立體化以縫合市區，並釋放土地以供再開發，兼以改善交通安全和都市景觀。早在 1979 年，市府便倡議實施鐵路高架化，但研究經費遭市議會以非迫切為由刪除（朱書漢、宋德熹，2017: 79）。

表 1 臺中舊市區人口變化

年度	中區	東區	西區	南區	北區	臺中市
1958	34,414	48,588	38,963	27,685	48,061	272,716
1968	38,892	68,768	60,071	44,457	78,583	407,054
1978	37,981	81,740	95,284	62,751	103,467	579,726
1988	38,270	77,237	110,432	68,538	131,627	730,376
1998	24,700	70,104	109,966	91,182	145,067	917,787
2005	24,062	72,374	116,676	107,272	146,787	1,032,778
2018	18,514	76,175	115,698	125,874	147,557	1,162,363

註：本表臺中市指升格前之舊臺中市，即中、東、西、南、北、西屯、南屯、北屯八區。

資料來源：孟祥瀚主持《臺中市志·沿革志》(2008: 183-187)；臺中市統計資料庫

(http://pxweb.taichung.gov.tw/taichung/dialog/statfile9_n.asp)。

可利用性的空間政治：臺中車站暨周邊公共空間的場景構作與身體繫留

The Spatial Politics of Affordance: The Scenes-making and Corporeal Mooring in Public Space around the Taichung Station

隨後，由臺灣省政府交通處推動，建設與徵地經費達 620 億元的臺中鐵路地下化計畫，於 1990 年代初期獲得行政院同意核予經費，但因臺灣省組織調整（精省），以及經費過於龐大而陷入停滯。精省後，計畫轉由交通部鐵路改建工程局承辦，經檢討後改為高架化方案，並於 2006 年由行政院核定「臺中都會區鐵路高架捷運化計畫」（朱書漢、宋德燾，2017: 74-83），隨即展開鐵軌高架化、車站新建、立體道路平面化及拓寬、平交道取消與地下道填平，以及高架鐵路下方綠空廊道景觀工程，以舊區再開發的領域化邏輯，深刻重組了車站及周邊紋理。

隨著都市變遷，城市的紋理——物質配置及相應的社會情境與主體塑造——也持續變化，但往往維持著基本格局。日本時代的臺中城市建設，已於車站周邊部署了支持殖民經濟和現代性的紋理。除了鐵路場站設施與宿舍，還有住宅商業街區、公共建築、公園、排水溝渠（綠川）、軍事用地（干城地區）、糖廠、酒廠等。戰後的快速增長，則在既有格局下擠進高密度人口與活動，熱鬧之餘，也容易引發火災等公安危機。1980 年代以後，高速公路闢建、機動車輛增加、新市區重劃等趨勢，吸走了舊區商業及人口（蘇睿弼，2018: 94-95），在既有格局中留下許多紋理空洞、斷裂情境，以及期待振興的慾望主體。由國家和資本聯手主導的高架車站、廣場及周邊開發計畫，則是企圖突破僵滯格局、重塑紋理的空間生產力量，並以核定工程計畫和都市計畫（主要是變更土地使用分區）的形式取得合法性（臺中市政府，2008，2011）。圖 2 與圖 3 是車站改建前後的空照圖，顯示巨大的新車站量體，明顯改變了都市紋理，重塑了道路、街廓、景觀，以及人群移動的軌跡與視線。



圖 2 臺中車站周邊衛星地圖（2003 年 12 月 31 日 · Google Earth）



圖 3 臺中車站周邊衛星地圖 (2019 年 1 月 28 日 · Google Earth)

臺中都會區鐵路高架捷運化計畫全長 21.7 公里，涵蓋豐原至大慶站路段，除改建豐原、潭子、太原、臺中、大慶五站，另新建栗林、頭家厝、松竹、精武、五權等五座高架通勤車站，總經費 310.45 億元⁵。沿線的平交道、鐵路涵洞、車行陸橋、車行及人行地下道，根據《臺中市鐵路高架化後都市縫合計畫研究案》，多數要填平以收「縫合」之效（臺中市政府，2008；臺中市政府都市發展局，2017a）。原鐵軌挪出的帶狀土地，將作為自行車道、人行步道及綠帶等新公共空間，高架鐵路正下方則供商場、停車場和公園使用，即「綠空廊道」計畫（臺中市政府建設局，2017）。綠空廊道計畫中的「綠空鐵道軸線計畫」，即原以駁坎和鐵橋墊高的舊路空鐵道段，位於臺中車站南北側，串連臺中產業文化園區（臺糖生態園區，原帝國製糖廠）、臺中鐵道文化園區（舊臺中車站），以及臺中文化創意產業園區（原臺中酒廠），南段並獲得文化部「再造歷史現場」專案補助（臺中市政府都市發展局，2018）。

除了釋出線型公共空間，新臺中車站本身也是一個新公共空間。車站設計採取大頂棚覆蓋二樓大型穿堂廣場，車站建築設計者張樞稱此為「都市客廳」，未來將連結臺中大車站計畫，即客運轉運站。二樓廣場利用寬闊臺階轉向約九十度而延展至地面層，連結了舊站的站前廣場與舊月臺，創造令人印象深刻的高低雙層公共空間與都市意象。張樞指出，

⁵ 參見交通部鐵道局網站之計畫介紹

(<https://www.rb.gov.tw/showpage.php?lmenuid=3&smenuid=83&tmenuid=128&pagetype=0>)

可利用性的空間政治：臺中車站暨周邊公共空間的場景構作與身體繫留

The Spatial Politics of Affordance: The Scenes-making and Corporeal Mooring in Public Space around the Taichung Station

原始設計將高架月臺架在舊車站上方，並利用舊車站進出。但時任行政院政務委員林盛豐認為不妥，委託曾成德與吳光庭研擬修改方案，挪動新站位置以避開舊車站，並將原計畫的三月臺六股軌道減一股道，降低對舊車站的壓迫感。新設計也改變拉直建國路的原計畫，將其改為彎道，以利留設舊站前方大型廣場，增加行人徒步的餘裕而強化縫合感 (張樞，2018: 84-85)。為了達成這些擴增公共空間所需的修改與土地移轉，張樞於接受作者訪談時也透露，他要負責整理都市計畫，協調建議市政府和臺灣鐵路局交換土地。這顯示了都市計畫及其土地使用分區規範，以及土地產權及利益歸屬，依然是最基本的領域化原則，也是高架化工程牽動之土地再開發的基礎條件。

除了鐵道高架化與新車站促成了紋理重組，產出新公共空間，車站周邊也有多處大型開發案和景觀綠化計畫，擴大了紋理改造效應 (圖 4)。這些執行中的計畫包括：臺中大車站計畫⁶、干城商業區 (臺中市政府，2015)、臺糖生態園區⁷，以及綠川整治計畫 (第一期已完成，準備施作第二期)(臺中市政府水利局，2017)。

綠川整治計畫除了涉及旱溪引流、汙水截流、礫間處理、水岸景觀美化，以及原覆蓋路段的開蓋工程外，還涉及中區都市再生計畫，也就是商業街區的劃設與閒置空間活化利用。2012 年，緊鄰綠川的宮原眼科，由日出集團修復後開幕，引領了中區活化利用閒置舊屋的風潮。⁸臺中市政府也於此時委託東海大學建築研究中心，執行臺中市舊市區再生計畫研究案，開啟了塑造願景、實地調查、媒合地主和新創企業、地方導覽，以及發掘議題與經營社群團隊等社區擾動工作，推動沒落舊區再生，避免全面拆建式的更新 (蘇睿弼，2019)。綠川整治美化及中區老屋再生，以富有風味的公共及商業空間，吸引不少遊客到訪，搭配臺中州廳、臺中刑務所、舊臺中車站及倉庫等歷史建築，顯示由更新開發主導的領域化及其紋理部署中，也交纏著綠化生態及歷史文化主題而增添了異質性。然而，相較於剷平重建式發展的領域化力道及龐大量體，生態環境與歷史文化往往是點綴的配角，即使有畫龍點睛之效，但尚未成為主導舊城更新的領域化邏輯 (圖 5)。

⁶ 拆除舊建國市場，改建大樓，內含立體停車場、轉運站、商場、旅館、辦公、住宅等，並發展創新創業場域 (臺中市政府都市發展局，2017b)。

⁷ 原為大型購物中心專用區，後變更為商業區、闢建湖濱生態公園、保留帝國糖廠臺中營業所為產業故事館，並容納建國市場的新建用地 (臺中市政府，2012)。

⁸ 相較於宮原眼科的修復再利用方式，綠川旁因火災而荒棄的綜合商業大樓「千越大樓」則準備都更，但因塗鴉客和藝術團體「逃亡計劃」進駐而形成新興文創聚落，是另類的閒置空間再利用案例。

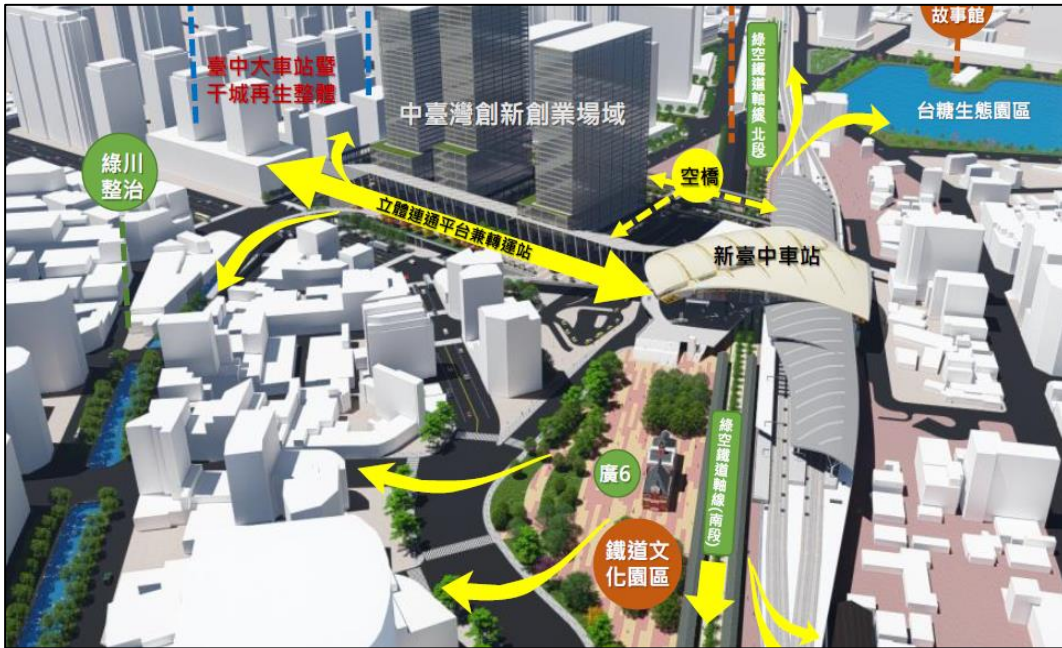


圖 4 臺中車站周邊開發計畫
資料來源：臺中市政府都市發展局 (2017b: 13)

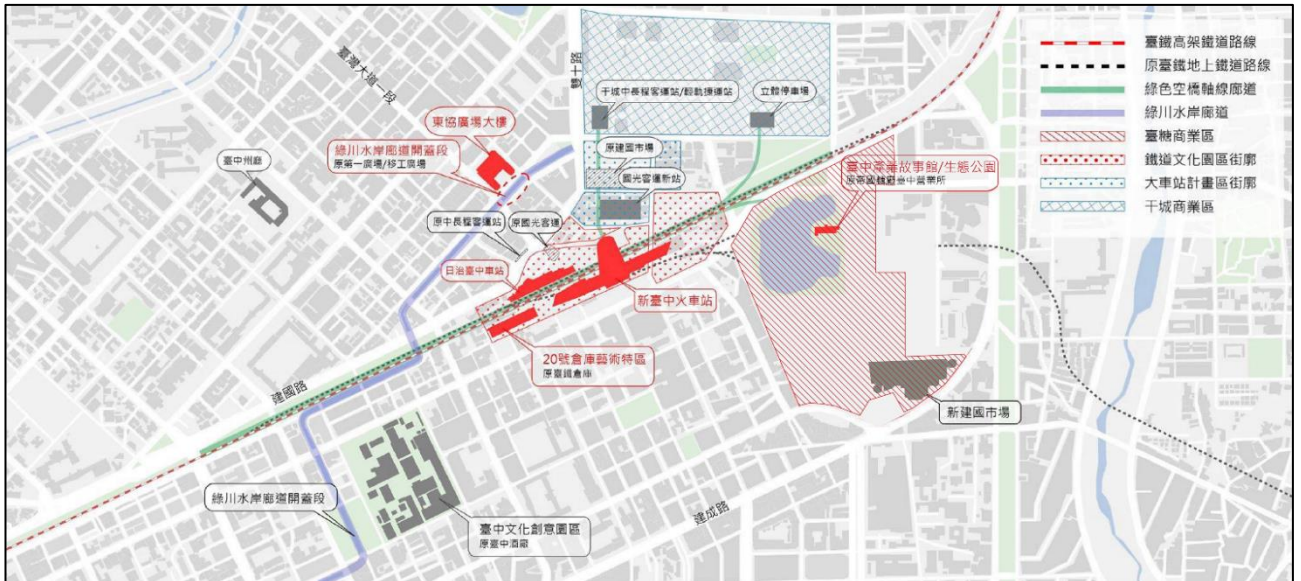


圖 5 臺中車站周邊紋理
(資料來源：陳敬杰繪製)

二、臺中車站暨周邊的場景化工程與可利用性部署

儘管有眾多計畫，截至本文寫作時，車站周圍商業區的再開發仍是未定之天。2018年10月，臺中花卉博覽會與直轄市長及縣市長舉選前夕，市府以「慶祝鐵路高架化全線通車」為名，舉辦「臺中舊城新生博覽會」，在新建的舊車站前廣場、綠川、柳川、綠空鐵道與臺中公園等地，屬於生態與文史亮點的位址，舉辦音樂會、演唱會、市集、電影放映、願景模型展示和光雕布置展覽。這些活動頗有將新建成的硬體空間演繹成為生動「場景」的企圖。從活動及官方宣傳影片《舊城新生·臺中》的呈現裡，可以辨認出臺中車站周邊已有較完整部署的數種場景構作。

首先，新舊火車站圍塑出來的廣場，設想「門戶」與「舞臺」場景，預期有活力充沛的市民熙來攘往、參與大型活動。《舊城新生·臺中》影片的車站定格手繪效果（圖6），左右各由新舊車站佔據、各有「臺中車站」招牌清晰地分據畫面中心。三兩成群的行人及推著嬰兒車的年輕婦女，踏著輕盈步伐談笑風生。博覽會的「鐵道·花開」站前廣場音樂會，演出召喚日治時期火車站風采的音樂劇；「車頭棒電影」邀民眾體驗站前廣場如何成為戶外電影院；「啟動·綠空 1908」與「驛起·花亮」，讓站前廣場成為願景展覽空間、市集和光雕秀舞臺，並運用這些裝置和展示物，演繹臺中車站自過去以迄未來的樣貌。

其次，綠川與柳川的景觀整治段，設想了「古風愜意生活」場景。宣傳影片裡，手繪畫面呈現紅櫻夾道、落英紛飛的綠川，有情侶檔倚水慢行，柳川則有小倆口在新鋪設的臨水黃石面上相偎，低語呢喃（圖6）。舊城新生博覽會的「川川市集」招攬了35個當地商家組成攤位，「以地方風格創意市集結合水岸文創的形式，展演中區舊城生活日常」。「點亮·綠柳川」運用光景佈展，示範昔日市區的舊水溝如何搖身一變，成為水映華燈、繁榮又不失情調的都市夜生活景緻（臺中市政府觀光旅遊局，2018）。

另外，如前文所述，臺中車站由建築師設想為一處垂直流通的「都市客廳」，除了以地面層商業空間配置來促進高架化站體兩側的人流往來，更以二樓的大平臺、大階梯及其連通的地面廣場，整合出或川流不歇、或駐足眺望的劇場般公共空間。

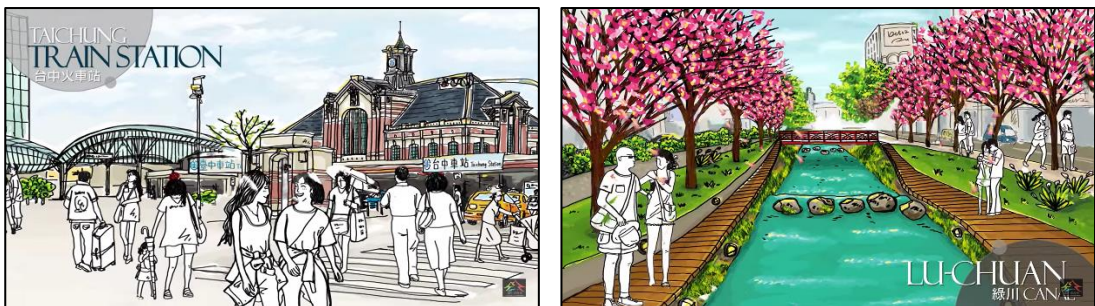


圖6 《舊城新生臺中》的臺中車站與綠川場景截圖
（資料來源：臺中市政府新聞局 2018）

作為門戶與舞臺的站前廣場，作為古風愜意生活所在的綠川與柳川景觀段，以及作為都市客廳的新站體大平臺的垂直場景構作，必須仰賴硬體配置來達成。例如，建築師設計讓新站與舊站之間拉出九十度交角，以便圍塑出廣場，並定調了大階梯與地面層廣場之間類似劇場般的視野關係。張樞受訪時也指出，「既然要保留這個〔舊車站〕，當然是全情景」，他說服鐵工局在已經指定保留的第一月臺外，也要原址保留第二月臺，讓兩個月臺包夾的軌道空間與舊站體，共同搭建起昔日場景。作為「廣場」與「客廳」的站前空間和大平臺，應該儘量空曠平坦，但它們同時也是「舞臺」，於是理所當然地成為公共藝術的放置地點，包括橫跨大階梯的《水逗娘》、廣場上的《期待》、以及大平臺上的《臺中之心三部曲》(圖 7)。

然而，這些公共藝術品的設計與擺置，不見得能與車站本體造型和配置順利融合，甚至顯得突兀。另一方面，車站管理單位為了指引、提醒及禁制而貼附於建築立面的時刻表、招貼、公告及廣告，雖有實務功效，卻也成為干擾建築美學皮層的雜訊。至於綠川與柳川的古風景觀，則仰賴色彩繽紛與高低錯落的植栽配置，另有替短窄的水面增添視覺趣味性和親水可能性的臨水座椅、臺階，以及召喚古風的圖騰標誌(圖 8)。



圖 7 從大平臺穿越《水逗娘》往廣場，以及從廣場舊月臺往大平臺的視野
(資料來源：高郁婷攝)



圖 8 植栽與臨水鋪面構成了曲折河岸場景與「綠川」圖案欄杆
(資料來源：高郁婷攝)

可利用性的空間政治：臺中車站暨周邊公共空間的場景構作與身體繫留

The Spatial Politics of Affordance: The Scenes-making and Corporeal Mooring in Public Space around the Taichung Station

耗費近 20 年逐步構築的生態與歷史文化場景，儘管並非再開發之領域化邏輯的主幹，卻更能彰顯領域化所欲求的可利用性。例如，前述影片中勾勒的廣場和水岸使用者，皆是年輕、打扮時髦且行動自如者，站前廣場的空曠，少有座椅，則允諾一處人潮流動而非長時間駐足的環境。因時因地且因人群而異的使用情境，並未盡納車站工程之中。2019 年夏季，作者至車站觀察時，實際的使用情況與宣傳品勾勒的場景，有著極大出入。

首先，空曠的站前廣場缺少綠蔭遮蔽，炎夏時鋪面石磚的光線反射與熱度，令人難以久待。因此，人群緩步川流的場景並未浮現，多數旅客皆疾行進入站體、急於躲避熾烈陽光。廣場與大階梯的大理石椅，乃至公共藝術《期待》那看似可供入坐的設計，都熱得發燙，椅面貼著「Don't sit when high temperature! 烈日高溫時，請勿乘坐!」的雙語警示（圖 9）。太陽西斜後，在廣場間坐、聊天、等待或從事街頭表演的人，才逐漸多了起來。位於二樓的大平臺有頂棚遮蔭，的確成為旅客短暫駐足、等待或居高觀景的所在。然而，這個平臺儘管被視為客廳，卻鮮少提供座椅，意味著停駐者必須席地而坐。

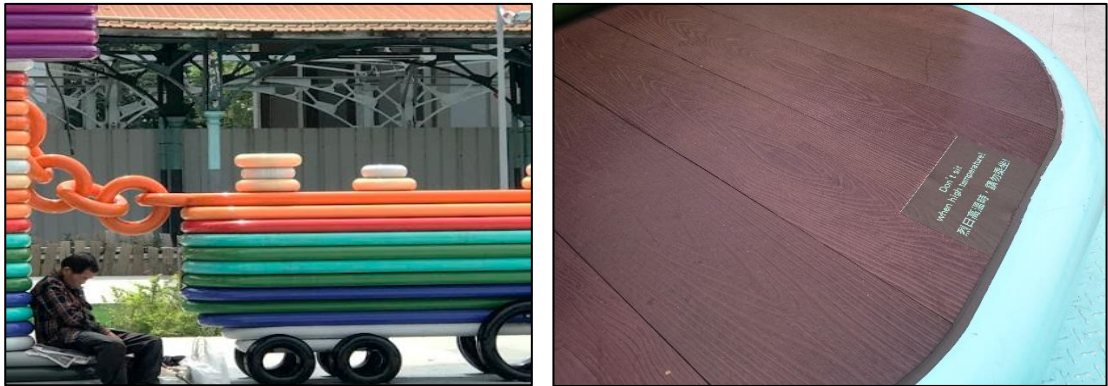


圖 9 公共藝術作品《期待》在白天時若要入座，最好先鋪個報紙。
(資料來源：施靖霜、高郁婷攝)

假日時的綠川景觀段也稱不上「愜意」，並非只有小倆口相偎，而是有家庭、大批偕同出遊的學生、青少年、東南亞移工，以及相準假日人潮而來的行乞者和街賣小販，溢滿寬約 20 餘公尺的河道兩岸。然而，扣除水面約 14 公尺，剩下可供行走休憩的地區不足四公尺，並集中在東協廣場至中山綠橋之間約 160 公尺的區間，截至目前，也只有這個區段設置了臨水階梯、步行空間與座椅。

簡言之，在車站周圍空間駐留時間最長、或在某個時刻佔最多人數者，經常不是官方場景構作中端正地漫步、等待、暫坐的主體，而是摩肩擦踵、恣意坐臥、大聲談笑、席地久待者。後者對環境的挪用，顯示場景工程在部署可利用性時，並未深究差異化群體所體現之多樣的人與環境關係。街友與東南亞移工對於車站周圍環境的適應和挪用策略，尤其凸顯了臺中車站的新場景構作，如何略除了他們的需求。

肆、弱勢群體的可利用性擷取與身體繫留

一、街友：街頭生活的繫留策略

臺中市社會局於 2018 年 9 月，設立了位於車站附近的社會救助新駐點「六號合作社」。作者於 2019 年 6 月拜訪駐點社工時，受訪者 T 提到街友業務與臺中車站周圍的密切關係：「一個月大概會接到 30 來件陳情案，有一半大概都在這裡——因為這裡人來人往，最容易被民眾看到。」因此，除了人數較多，街友在車站這個人潮往來場所的能見度，啟動了民眾陳情與官方施力介入，也透露了街友通過身體皺褶行動而塑造出來的可利用性，違逆了眾人習以為常的場景構作。對權管機關而言，民眾舉報次數的多寡，直接影響他們管控街友的輕重程度。街友其實也很清楚這個情況，因此「街友都會躲到人較袂去的所在」(受訪者 C)。不過，隨著舊車站讓位給強調人流通暢的新車站，街友要找到不容易被看見的地方休息過夜，變得愈發困難。

(一) 車站改建前後的環境可利用性轉化

舊車站時代，街友經常會在後站的臺鐵舊倉庫區，也就是如今的 20 號倉庫群附近休息和過夜。倉庫群在 2000 年時，由當時文建會在「鐵道藝術網絡」為名的鐵道閒置空間再利用政策下，向臺鐵承租、委由民間公司經營，轉作藝文工作者入駐空間。即使如此，後站區域也未如前站一般匯集人潮，街友仍經常在倉庫旁的木板平臺休憩，冬天也常鑽進未租用的舊倉庫內避冬，卻也因為用火而引發火災疑慮。

2009 年臺中車站高架化工程動工，舊倉庫群保存爭議隨之延燒。儘管有民間團體和建築專業者居中協商，提出車站北移方案而令倉庫群得以保存 (倉庫群在 2016 年確認了文資身份⁹)，但對街友而言，它們不再是適合隱匿的邊陲空間。2010 至 2016 年間，基於工程、防火安全與文資保存考量，相關單位將宿舍群以圍籬圍起，街友原本的隱身處所因而更受擠壓，令他們逐漸移動至前站區域，出現在一般旅客的視野前。同一時間，前站的綠川景觀工程，也正如火如荼進行。2016 年 11 月，東協廣場前的綠川開蓋，原本的地面廣場空間不復存在，但這裡原是白天街友可以恣意打盹休息，開闊又有綠蔭遮蔽的少數公共空間。至此，街友仰賴的休息和就寢空間更加緊縮且碎片化，因而開始在出乎市民預期的地方如地下道頻繁現身，引起部分市民的反感。

⁹ 2016 年 1 月，臺鐵宿舍群、20 號倉庫群及新民街倉庫群，公告為「歷史建築」。其中，新民街 8 號及 10 號倉庫鑑於年代久遠而指定為「古蹟」。2019 年，這些倉庫群建築更名並公告為「臺中驛第一貨物倉庫群 (新民街 8、10 號倉庫)」、「臺中火車站附屬設施建築群 27 號倉庫」、「臺中驛第一貨物倉庫群 (新民街 11-17 號倉庫)」和「臺中驛第二貨物倉庫群 (20 號倉庫群)」。

當後站不再適合睡覺，地下道成為街友的暫時棲身地。2016 年初起，街友帶著家當往地下道匯集，白天即可見躺臥者，夜晚數量更多，一條地下道可能有數十床。地下道街友數量驟增，引發新聞報導譏諷：「善心人士給的福利過好，讓地下道幾乎變街友大道」，並質疑這是「街友攻占地下道，是臺中黑暗面」。¹⁰報導指責街友群聚空間導致氣味不佳、引發女性安全疑慮，並質疑中部首善之都不該有此樣貌。不過，隨著高架化工程推進，各處地下道逐漸廢置和封閉，最終輪到了站前的中山地下道（通往原站前之國光與統聯客運搭乘處）。2018 年 1 月，寒流特別強勁，為了避冬，聚集中山地下道的街友數量更甚以往。當時市長林佳龍特別前往表達關切（自由時報，2018）；不過，就在當月底，中山地下道仍如期封閉，市府表示將輔導遊民就業和安置（臺中市政府，2018）。

車站周圍地下道封閉後，從後站區域潛入地下人行空間的街友，終於被逼上了地面層。他們開始四散到車站周圍的騎樓空間，或更遠處的五權地下道、新中公園和臺中公園。仍舊選擇在車站周圍設施就近找地方，建立睡眠可利用性的人，則往新站體下方地面層隱蔽空間、轉運站內與站外的緣側、舊車站出口閘門、舊月臺棚架下方等地聚集。

於是，街友頻繁與一般旅客的視野和路徑交錯，民眾舉報數量大增。2019 年農曆年，已經沒有地下道可以避冬的街友，群集於新站體下、位於前後站中間的空曠通廊，高峰期約有 30 至 40 個「床位」。這引起臺鐵和市府局處「清理」這些由身體躺臥及隨身物品形成的皺褶，試圖恢復美感化的場景。臺鐵原本公告 4 月底執行，卻在 3 月 30 日即會同市府環保局與鐵路警察局，執行街友勸離及物品移置。當時，不在場街友的家當被丟入回收車和垃圾車；剛好在場的街友，也只能坐看多數家當遭清除（圖 10）。作為緩衝，臺鐵允許街友可以暫時至舊車站出站閘口處棲息，但除此之外的空間（包括新站體下方和舊月臺棚架）若有人坐臥，則會請鐵路警察勸離。此外，臺鐵也開始管制廁所的使用，在晚間 10 點半左右拉下鐵門（綜合受訪者 C、T 及鐵路警察 P 所述）。

隨著新車站環境逐步改建完成，街友先是從後站進入地下道，接著上浮至地面，進而成為權責單位加強清理和驅趕的目標。新車站的通透視覺設計，令街友變得明顯可見，壓縮了他們挪用環境之遮蔽特質來建立另類可利用性的過程。截至本文寫作時，整個車站周邊在視覺上最陰暗之處，就是舊站的出站閘口，形成一處凹陷。臺鐵充分了解這個地方是設計尚未完成、人潮不會觸及的隱匿空間，於是仁慈地給街友一個暫時居所——在舊車站與舊月臺的歷史場景完工、可供遊客賞玩之前，竄移的無家者皺褶仍得以在陰暗中喘息，直到開幕的聚光燈令其灰飛煙滅為止。

¹⁰ 內容分別引述自民視 2017 年與華視 2016 年新聞影音，參見

<https://www.youtube.com/watch?v=31ETAufI2UI>；<https://www.youtube.com/watch?v=1pNs-mvXy3g>。

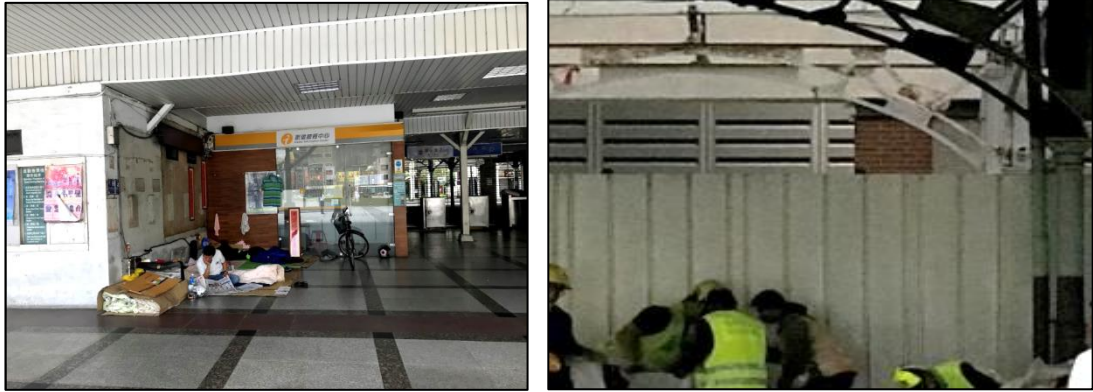


圖 10 左為臺鐵允許街友暫棲的舊站出站閘口；右為 2019 年 3 月 30 日警察與環保局人員清理街友家當情形

(資料來源：施靖霜攝)

(二) 街友的棲位尋覓與身體繫留

截至 2019 年中，穩定在車站周圍生活的街友約有 20 位，除了 6 至 7 位在臺鐵舊站閘口，其他則在騎樓和轉運站等角落棲身。受訪者 C 與 T 表示，臺中車站周圍多有善心人士發放物資、熱食，過年時還會發紅包。這意味著即使車站環境劇變，街友往往仍在資源獲取的考量下持續聚集，並找出讓身體得以短暫休息的新棲位。好的棲位指標，往往是附近有可以提供基本生活需求的公共設施，有一定遮蔽，並適合躺臥和擺放物品。為了增添舒適度並劃出範圍，紙板鋪墊也常用於構築可利用性。

2018 年初地下道封閉以前，C 表示他觀察很久才了解到，為什麼同一條地下道，偏偏某些出入口會聚集特別多街友。「是廁所」，他說道，「我體會很久，統聯、國光出入口出去也是個廁所，車站出來也是個廁所，那三個地方出來最方便，聚集最多人。」T 則補充道：「也會有群聚效應，這裡交通方便，來這個縣市臨時工作的、還沒地方住的，看到有人在這，就會跟著聚集在這。」

地下道封閉後，同樣鄰近廁所的新車站一樓空曠通廊，成了絕佳選擇，對面的臨時轉運站因為有空調，也頗為熱門——不過，街友只能在人潮散去的大約 10 點半後進入轉運站，而且管理方強調，不能躺，只能坐著睡。因此，要到 2019 年 3 月 30 日大清場之後，轉運站和舊站出口閘門才取代了新站一樓通廊，成為車站附近的熱門睡覺地點。隨著臺鐵開始限制入夜後的廁所使用，街友也轉往其他可能的盥洗用地，包括附近的 24 小時便利商店、後站的大魯閣新時代百貨公司，以及離車站 3 公里的中國醫藥大學，都是街友經常去吹冷氣兼休息的重要地點，以一連串可利用性構成了街友棲位。

可利用性的空間政治：臺中車站暨周邊公共空間的場景構作與身體繫留

The Spatial Politics of Affordance: The Scenes-making and Corporeal Mooring in Public Space around the Taichung Station

2018 年初，有鑑於民眾對街友的舉報明顯集中於車站周圍，臺中市社會局在車站附近的「原南區公所」設立社會救助服務據點，並以其地址（南區合作街 6 號）命名為「六號合作社」。受訪社工 T 表示，若要聚集在車站的街友前往社會局尋求協助，距離太遠，社會局的氣氛與空間配置也不適合他們久待，因此「才想找火車站附近的空間作為服務據點，想拉近服務人員與街友的距離。」社工向作者展示六號合作社的綜合空間，內有設施可供街友洗滌休息、晾曬衣服、領取二手衣物。街友使用該空間時的動線安排和簽到機制，增加了他們與社工互動交談的機會。2018 年 9 月，臺中市公告《遊民安置輔導自治條例》，旨在整合社會局、消防局、警察局、衛生局、勞工局、環境保護局、民政局，以及各區公所的遊民業務職責。條例除了明訂基層警員接獲民眾的街友通報後，需依循標準流程處理，也要求各局處和醫療院所不能僅消極接受通知，還要主動查報。於是，街友在此方針下明確納為法規治理對象。

於是，2016 年以後致力塑造舊城區新場景的市府，戮力祛除不合宜的街頭主體，積極介入，令因新站帶動空間改造而變得明顯可見的街友，歸屬於受限的可利用性中。政府一方面制定硬性規範，另一方面劃定官方版棲位如六號合作社，令街友形跡更能預期和監管。確實，街友的盥洗與休憩清單在此安排下多了另一處選擇。2019 年 6 月，作者前往六號合作社時，讓街友曬衣服和休息、鋪設木地板的多功能交誼廳裡，正好有數名街友躺臥小憩，一片寂靜下只聽得見電風扇的運轉聲。社工 C 表示，在頻繁宣導下，街友逐漸知道有這處地方可以使用。即使如此，街友仍然得在街頭擺放家當。2019 年 8 月，抱怨市府未妥善安置街友，導致他們在街頭現形的輿論再次出現（張菁雅，2019），顯示街友的生存棲位難以安穩。他們在主流領域化邏輯構築的場景紋理中，尋覓與建立棲身的皺褶，卻因益發通透的環境配置而愈來愈難以長久繫留。



圖 11 左為六號合作社內的多功能交誼廳；右為站前中山路人行道的街友家當
（資料來源：高郁婷攝）

二、東南亞移工：趕進度的休憩移動與停駐

(一) 從第一廣場到東協廣場：一站滿足式的可利用性與休憩支持網絡

對東南亞移工而言，周末假日的安排必須相當緊湊。他們經常要在短暫的一天內，完成必需品採買、休閒活動、人際交往，或是勞動問題的處理，以及與家鄉間的溝通匯兌等事務。車站周圍也往往因應此時間安排的緊湊性，密集聚攏了能夠滿足他們各式需求的商業服務。

臺中車站周圍最能彰顯這種一站滿足式需求、知名的東南亞族裔消費地標，就是樓高 13 層、距火車站僅約 350 公尺，並於 2016 年 7 月時由第一廣場（一廣）改名「東協廣場」的商業大樓。2016 年 5 至 6 月，《報導者》有關第一廣場的深入報導，勾勒出這座大樓如何替在外經受挫折與歧視的東南亞移工，提供了避風港，或是一組可利用性構成的棲位。一廣既是他們可以安心消費、恣意說母語的地方，也是他們可以打黑工、賺取額外收入，不必擔心舉報的工作場所（簡永達，2016a、2016b）。不過，2016 年臺中市政府在南向政策與多元文化旗幟下，將一廣更名為展現入主東南亞經濟雄心的「東協」，並以綠川景觀整治之名，打開路面以營造綠川景觀，令商業大樓前原本可供移工和街友席地聚會的廣場空間消失。於是，相對不受外界干預的東南亞移工避風港，也開始受到新領域化邏輯的介入重整。

如今，臺中市政府擁有的東協廣場一至三樓空間，除了有東南亞超市、百貨、餐飲與眾多手機通訊行，三樓也有市府勞工局主導設置的「國際移工生活照顧服務中心」、「東協四國駐臺辦事處巡迴服務中心」，以及「東協廣場溝通互動平臺」。臺中市政府勞工局於 2016 年成立「外勞事務科」，宗旨為「基於對國際人權之尊重及平等互惠原則，加強外勞基本人權維護及合法權益保障」（臺中市政府勞工局，2018）。上述三個名稱各異的服務中心與平臺，便在此期許下掛牌，但委由其他單位經營。例如，國際移工生活照顧服務中心是由勞工局、移民署、警察局共同成立，實際上委由「臺中市總工會」管理和經營，主要業務是輔導勞資糾紛、提供法令諮詢評估，也開辦專供外籍移工的中文學習班（受訪者 H）。

弔詭的是，扮演橋樑角色的服務中心內，並沒有常駐的翻譯。2016 年 3 月，長期關注國外勞工權益的臺灣國際勞工協會（Taiwan International Workers' Association, TIWA）也入駐東協廣場。成員 L 表示，服務中心人員無法處理前來求助的移工勞動糾紛或諮詢，也經常因為沒有翻譯——印尼、越南和菲律賓語翻譯都沒有——而聽不懂。於是，他們曾經順理成章地將這些求助者帶去位於 8 樓的 TIWA。L 質疑：「你不是要辦諮詢櫃臺嗎？那為什麼把人帶到我們這裡，我們又不是你公部門的單位。」

儘管市府大張旗鼓嘗試營造「東協」空間，但支持移工生活的仍是服膺他們消費習慣而發展出來的商業活動。除了東協廣場大樓的百貨和餐飲，2000 年以來逐漸溢出大樓，延伸至周圍繼光街和成功路巷道裡的越南、印尼、菲律賓餐飲或美容理髮店，以及便宜的商業旅館，都是移工消費交際的所在。L 提到她某次周六晚上住進東協廣場內旅館的經驗，

次日驚覺早上九點就有移工在樓下排隊等候空房，開啟當天的遊憩活動：

我就想說，哇喔，這麼早就來開房間。可能他假日生意就是非常好。當時旅館還跟我們講說，你一定要來喔！因為禮拜六很多客人，一到五就沒差，但禮拜六部分工廠工人就有放假，所以跟他們的對象就會來住旅館，然後隔天禮拜天一早，就可以起來買東西、匯錢啊，然後回各自工作的地方〔…〕他其實把所有他要做的事情壓縮在一個很短的時間。所以為什麼要早上九點就來排隊？因為我不知道要排多久啊！如果太晚去，可能還沒打炮我就要回工廠。或可能我一早就來開房間，開完後，我就可以去吃午餐，然後去唱卡拉 OK、匯錢買東西，然後五點半各自回家。比起空間的狀況，時間影響更大，他其實是在一個很短的時間，濃縮在很小的範圍，可能旅館就是一整條街，走兩步旁邊就是卡拉 OK。

目前為止，2000 年以來與東南亞族裔消費長期耦合的商業活動，並未因為 2016 年一廣更名及綠川開蓋而有巨變。這顯示東南亞族裔地景儘管不見得為部分市民喜愛，加以臺中市政府以東協廣場之名介入推動大樓的高級化，導致部分小型店家移離，而大型超市資本進駐，但移工的蓬勃消費力，仍得以在舊區再開發處於半途狀態下，支持了不易取代的一站式消費棲位。儘管如此，這不表示政府步步建構的場景美學，未令東南亞移工在車站周遭公共空間中難得的放鬆時光，逐漸成為有待規範的不合時宜身體皺褶。

(二) 多元文化場景與姿態政治的交錯並陳

東協廣場一樓，兼賣臺灣和泰國雜貨的店家老闆娘 B，於 2019 年 3 月底受訪時表示，2016 年一廣更名為東協廣場，對生意並無太大影響。然而，生意在近半年來卻開始滑落。她認為，這與東協廣場保全開始驅趕東南亞移工不無關聯。2019 年 7 月，TIWA 在臉書上傳一則警察驅趕東協廣場移工的影片，顯示移工從廣場上的金字塔階梯不情願地起身離去，引起了關注和爭論。臺中市警局第一分局表示，因為有廣場上移工酒後鬧事、妨礙安寧疑慮的舉報，才前往勸離，要他們在周日晚上早點回去，明天好早起工作。然而，勸離當時不過晚上七點，不免令人疑惑，妨礙安寧的指控是針對東南亞移工的差別待遇 (馬六甲，2019)。

2019 年，受訪的東協廣場保全 S 表示，他在此工作三年間，覺得「移工席地而坐是不太好看」，但「臺中市政府也沒有進行好的規劃」，沒給移工可以坐的地方。至於保全自己在假日時秉持的原則是維持通道可行走，不會真的叫席地而坐者起身。於是，或許不如受訪者 B 想像的，是保全驅趕導致移工生意滑落，而是某股隱匿但主流的市民聲音，通過舉報施壓公權力，限制移工以特定的可利用性來使用廣場空間。東協廣場上遍佈的禁止和規範告示牌，顯露了這波「文明」聲音，對於東南亞族裔挑戰「合宜場景」的身體姿態，表現出強烈的不寬容。特意以印尼文、越南文、泰文、菲律賓文和英文寫出的告示牌或標語，設置在廣場四周的花圃、地板、階梯、牆角等處，要求不可以坐地板、不能坐階梯、

不能喝酒、不要丟垃圾、不能吐痰，還要淨空通道 (圖 12)。

相較於移工使用廣場的方式不斷受到檢視，2016 年嘗試將東協廣場建造為多元族群融合象徵而積極介入的政府，則順其自然地成為擁有優先權的廣場租借者。2019 年 4 月 14 日，東協廣場舉辦「移鳴驚人東協好聲音——才藝競賽暨泰緬節慶」活動。擺攤單位有臺中市政府單位，包括勞工局、環保局、消防局、警察局、社會局、移民署，還有慈濟。警察局主打杜絕人口販賣，社會局則與東南亞多元文化圖書館、衛生局、環保局廢棄物管理科、消防隊婦女防災宣導，以及移民署的人員結合，進行政令宣導。勞工局擔負歌唱比賽的報名安排，並準備浴佛儀式體驗攤位。勞工局表示，各攤位都設有翻譯，在移工或新移民逛攤位或玩闖關活動時，會將中文文宣翻譯成各國語言 (受訪者 U)。然而，環保局表示，活動主要是針對新移民及其小孩，移工則是次要，他們的主要目標還是讓新移民融入臺灣，讓闖關者認標章符號、了解各種行政處理程序，乃至法規處罰等資訊 (受訪者 X)。



圖 12 左為東協廣場金字塔階梯，假日總是坐了許多人；右為廣場花園內告示牌，以英文和東南亞語言標示禁止坐下、禁止喝酒 (資料來源：施靖霜攝)

L 認為，臺中市政府 2016 年以來頻繁辦理這類大型活動，是努力彰顯自己讓這塊「多元文化」的東協廣場名符其實。然而，諸多活動的取向頗為單一：文化融合、政令宣導、飲食體驗、健康檢查。「我們也想辦活動，想辦一些跟勞工議題相關的」，她表示，「但東協廣場的人也直白地跟我們說，他們就是以政府為優先，政府沒借的時段，你才能借」，但 12 個月裡大概有 8 個月，政府每個月至少有兩場活動要辦 (受訪者 L)。

展現多元文化姿態的企圖，顯然壓過了東南亞勞工受到嚴格對待的身體姿態可能引起的官方關注。不過，隨著新車站重組了更加通透的都市空間，東南亞移工周末的消費行為、打卡拍照及觀光化的行程安排，也與其他民眾同樣具備觀光特質的視野和路徑並陳。例如，站前廣場巨型的公共藝術，以及舊車站的古風建築，往往引來人潮拍照駐足，不論是臺灣

可利用性的空間政治：臺中車站暨周邊公共空間的場景構作與身體繫留

The Spatial Politics of Affordance: The Scenes-making and Corporeal Mooring in Public Space around the Taichung Station

人、還是東南亞面孔者，與熱點合照自拍的舉動，並無二致。此外，也是在周末有東南亞族群到來時，市府設想的車站廣場「門戶」場景，由於「多元」文化面孔的存在、交談與來去，反而更能彰顯出來。

我們在站前廣場訪問的一名男性印尼籍廠工 R，來臺一年，在中壢工作，但經常與朋友約在臺中站見面，因為無論南北的友人都能方便抵達。對他而言，東協廣場只是吃飯場所，他不太喜歡去，臺中車站或臺中公園才是他停留的主要地方。改建後的臺中車站，儘管炎夏白天不利於人駐足，但到了周末傍晚卻相當熱鬧。廣場上的大理石椅、公共藝術的座位區，以及舊站前地板上，經常看見三兩成群的東南亞人士悠閒談笑，甚至彈著吉他，與朋友一起哼唱動人的曲子。截至目前，還未聽聞有人對站前廣場的東南亞族群挾怨舉報。相較於族裔經濟 (ethnic economy) 意象鮮明，因而多少銘刻了族群邊界並嚴加管制身體姿態的東協廣場，臺中車站開闊的二樓大平臺與站前廣場中，無論本地或東南亞族裔隨意席地而坐的身體，反而增添了核心公共空間的熱鬧氣氛，只要他們不被指認為試圖長期停駐的街友 (圖 13)。



圖 13 站前廣場聚集與拍照的「多元」面孔
(資料來源：施靖霜攝)

伍、結論

公共空間是都市公眾生活的主要場域，是取得各種資源的管道，也是異質人群與「陌生人」相遇共存的場所，並使每個人得以成為其他人的陌生人或群眾匿名成員的所在。因此，除了公共空間承載且促成了社會交流、經濟營生、政治控制及文化象徵等功能外，公共空間也有著異質群體如何相處的倫理和政治議題。火車站以其作為移動網絡節點的定位，支持著繁盛的商業街區及其他便利設施，更凸顯了這種異質交錯的特質及其倫理意涵。

值得注意的是，車站及周邊的豐富資源和便利性，正是吸引相對邊緣或弱勢的團體群聚，以便運用最小的體力、時間及社會成本來獲取所需的立地條件。然而，也因為車站及周邊地區是城市門面和地標，是享有高昂地價和商業利潤的區位，無論是官方治理藍圖或是當地居民期望，都鎖定要保有、甚或拓展這種帶來實質利益的象徵性地位。於是，在地區發展尺度，我們見到車站及其周邊公共空間的營造（公共空間的社會生產），成為帶動舊城區再發展的關鍵，但隱含著保存與開發的張力。在個人微觀尺度，我們探討了弱勢群體如街友和東南亞移民工，如何使用公共空間並賦予功能和意義（公共空間的社會建構），卻也在主管機關基於新紋理的場景構作中，引發了歧視、排斥、監控等治理作為。

作者嘗試通過領域化、紋理、皺褶，以及可利用性等概念，將公共空間的社會生產與社會建構，轉接到比較偏向空間及物質層面（包括身體及其姿態）的探討，藉此關注邊緣群體在啟動人與環境之關係時的能動性和受限狀態。臺中車站案例呈現的典型故事是：推動舊城區公共空間生產的領域化邏輯，乃是再發展和土地產權利益分配，雜以環境生態和歷史文化之保存與再利用的次要主題。於是，車站高架化啟動的舊城更新及其紋理部署，就展現為都市縫合與大片土地釋放以供再開發的基本布局，點綴著水岸景觀整治和鐵道沿線綠美化的帶狀空間再造，以及點狀的歷史建物保存再利用。都市紋理的改造重組，也順勢建立起新的可利用性，特別是以場景構作為主要特徵，以地標化、美學化、景觀化的設計策略來框架人與環境關係，致使可利用性的內涵幾乎專注於持續漫步移動和觀看，以及拍照，而少見邀請駐足停留的環境線索和可利用性。

然而，無論是依託車站內、綠川橋下等隱蔽公共空間的街友，或是在難得的休憩假日於車站周邊尋求一日滿足各項需求的東南亞移工，都是車站區改建促成之紋理再造的受困擾者。新公共空間的生產，壓縮或取消了原有的活動空間，如填平或封閉的地下道，以及因綠川開蓋而縮減的廣場。在這種侷促狀態下，加以場景構作的移動觀視導向，使得需要駐足停留的街友和東南亞移工，傾向於以其身體實踐來挪取環境特徵，營造出身體繫留的可利用性。但是，他們或躺臥、或席地、或蹲踞於迎合遊客而產製安排的空間中，遂成為以不正確的身體姿態來使用空間的不合宜主體。換言之，這是扭曲了體現主導性領域化邏輯之紋理部署的逾越性皺褶，因而被視為「妨礙市容」、缺乏文明禮儀的異端行徑，招致管理單位的監控、禁制、介入，甚至驅離。

然而，能自主使用公共空間，是列斐伏爾所謂「城市權」(the right to the city) 的重要環節，而城市權不僅止於個人取用都市資源以利生存及自我實現的自由，還是我們通過改變城市以便改變自己的權利，涉及以集體力量來重塑都市化過程 (Lefebvre, 1996; Harvey, 2012)。於是，公共空間設計與管理的議題，就不只是功能、美學和象徵的考慮，而是體現了不同人群與環境之差異關係的可利用性之政治，換言之，人與環境的利用關係涉及了日常生活中的幽微權力運作。

再者，誠如支應著特定主體生存與自我實現所需的一整套可利用性，乃是其棲位所在，因此可利用性的政治也是生存權利與生活之道的政治，或者說，是傅柯式生命政治

(bio-politics)¹¹ (Foucault, 2008) 的一種展現型態。它不只涉及人口治理與身體規訓的權力鋪展，還是人群生活支持網絡的環境布局和紋理配置，或許可以稱為**地緣生命政治** (geo-bio-politics)。於是，基於城市權觀點，在公共空間的可利用性政治中，如何容留令逾越性皺褶積澱形成新紋理，乃至於改變既有領域化邏輯的可能性，正是值得繼續考察的重要議題。同時，就環境規劃與設計實務而言，也值得考察規劃設計專業者及公共空間的管理者，如何可能回應多元使用群體的差異化可利用性及其衍生皺褶，據此調整領域化邏輯下的空間紋理配置，甚至進而調整領域化的邏輯本身，以呼應漸趨異質多元的都市生活，構築起設計、管理、使用與社會空間之間的動態調適關係。

附錄

受訪者列表 (依照文中出現順序)

代號 / 名稱	描述
張樞	設計新臺中車站之建築師。
T	六號合作社社工。
C	與六號合作社配合的外展人員，經常夜訪街友與他們交談，是最清楚街友實際狀況的第一線人員。
P	臺中車站之鐵路警察。
H	承接國際移工生活照顧服務中心營運的臺中總工會成員
L	TIWA 成員。
B	東協廣場一樓，販賣泰國與臺灣雜貨的老闆娘。
S	東協廣場保全。
U	臺中市勞工局攤位顧攤者。
X	臺中市環保局攤位顧攤者。
R	來自爪哇的印尼籍勞工，在中壠工作。

¹¹ 傅柯的生命政治概念指涉以人口 (population) 為對象而加以調控的治理方式，涉及相應的技術、知識、論述、程序、裝置及主體化。換言之，就是以生命權力 (biopower) 施展於諸如人口之健康、壽命、品質、種族、移動、居住條件等各種生活層面。這是生產性的權力運作，不同於早期主權式力量的鎮壓與生命剝奪。

參考文獻

中文文獻

- 王志弘 (2006)。移 / 置認同與空間政治：桃園火車站週邊消費族裔地景研究。 **臺灣社會研究季刊**，**61**，149-203。
- 王志弘 (2011)。我們有多元文化城市嗎？臺北都會區東南亞族裔領域化的機制、類型與作用。 **臺灣社會研究季刊**，**82**，31-84。
- 王志弘、高郁婷 (2017)。都市領域化的動物皺摺：開放空間中人與動物關係的紋理。 **地理研究**，**67**，1-32。
- 臺中市政府 (2008)。變更臺中市都市計畫主要計畫(不包括大坑風景區)(配合臺中都會區鐵路高架捷運化計畫)案書)。
<https://www.ud.taichung.gov.tw/media/214351/3121017325771.pdf>。(2019年10月28日)。
- 臺中市政府 (2011)。變更臺中市都市計畫主要計畫(不包括大坑風景區)(配合臺中都會區鐵路高架捷運化計畫-臺中車站地區)書(第一階段)暨擬定臺中市都市計畫(配合臺中都會區鐵路高架捷運化計畫-臺中車站地區)細部計畫書(第一階段)【摘要本】。
<https://www.ud.taichung.gov.tw/media/214471/3121114463971.pdf>。(2019年10月28日)。
- 臺中市政府 (2012)。變更臺中市都市計畫細部計畫(原大型購物中心專用區專案通盤檢討)案。
<https://www.ud.taichung.gov.tw/media/178740/74241039051.pdf>。(2019年10月28日)。
- 臺中市政府 (2015)。變更臺中市都市計畫(干城商業地區)細部計畫(第二次通盤檢討)書。
<https://www.ud.taichung.gov.tw/media/214491/592214225371.pdf>。(2019年10月28日)。
- 臺中市政府水利局 (2017)。中區再生綠川整治成果及綠川品牌專案報告。臺中市議會第2屆第6次定期會，10月23日。
<https://www.rdec.taichung.gov.tw/media/211204/7102310323971.pdf>。(2019年10月23日)。
- 臺中市政府建設局 (2017)。綠空廊道規劃專案報告。臺中市議會第2屆第6次定期會，10月17日。
<https://www.rdec.taichung.gov.tw/media/211196/711613514671.pdf>。(2019年10月23日)。

可利用性的空間政治：臺中車站暨周邊公共空間的場景構作與身體繫留

The Spatial Politics of Affordance: The Scenes-making and Corporeal Mooring in Public Space around the Taichung Station

- 臺中市政府都市發展局 (2017a)。鐵路高架化後大車站計畫、道路打通、道路地下道填平及橋下空間規劃利用專案報告。臺中市議會第 2 屆第 5 次定期會，5 月 3 日，<https://www.rdec.taichung.gov.tw/media/209470/75129172071.pdf>，(2019 年 10 月 23 日)。
- 臺中市政府都市發展局 (2017b)。大車站計畫專案報告。臺中市議會第 2 屆第 6 次定期會，10 月 20 日，<https://www.ud.taichung.gov.tw/media/214870/7101811434271.pdf>，(2019 年 10 月 23 日)。
- 臺中市政府都市發展局 (2018)。綠空軸線計畫實施進度專案報告。臺中市議會第 2 屆第 8 次定期會，8 月 8 日，<https://www.ud.taichung.gov.tw/media/358515/%E7%B6%A0%E7%A9%BA%E8%BB%B8%E7%B7%9A%E8%A8%88%E7%95%AB%E5%AF%A6%E6%96%BD%E9%80%B2%E5%BA%A6%E5%B0%88%E6%A1%88%E5%A0%B1%E5%91%8A.pdf>，(2019 年 10 月 23 日)。
- 交通部鐵路改建工程局 (2014)。工藝精進：臺北、板橋、南港車站規劃設計與施工。新北市：交通部鐵工局。
- 朱書漢、宋德熹 (2017)。驛動軌跡 - 臺中火車站的古往今來。臺中市：臺中市政府文化局。
- 行政院 (2017)。前瞻基礎建設計畫 (核定本)，<file:///C:/Users/Wang/Downloads/%E5%89%8D%E7%9E%BB%E5%9F%BA%E7%A4%8E%E5%BB%BA%E8%A8%AD%E8%A8%88%E7%95%AB.pdf>，(2019 年 10 月 23 日)。
- 李素馨、張淑貞、侯錦雄、胡志宏 (2015)。高齡者鄰里公園休閒活動支應性之研究。造園景觀學報，20(3)，71-94。
- 孟祥瀚主持 (2008)。臺中市志·沿革志。臺中市：臺中市政府。
- 林文源 (2014)。看不見的行動能力：從行動者網絡到位移理論。臺北市：中央研究院社會學研究所。
- 馬六甲 (2019)。網傳驅離東協廣場移工影片，中市警：勸離有醉意移工。關鍵評論，7 月 16 日，<https://www.thenewslens.com/article/122136>，(2019 年 10 月 27 日)。
- 張小虹 (2016)。時尚現代性。臺北市：聯經。
- 張菁雅 (2019)。街友佔據臺中火車站前騎樓。前區長：未見市府有效安置。自由時報，8 月 4 日，<https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2873702>，(2019 年 10 月 27 日)。
- 張樞 (2018)。臺中、花蓮城市新門戶：臺中車站與八個通勤站及豐原、花蓮車站設計與規劃。建築師，521，84-90。

- 郭峰淵、曾智義、吳守宏 (2012)。社會網絡科技設計賦能與社會資本研究。《資訊管理學報》，**19(1)**，51-80。
- 郭彰仁 (2019)。從公共藝術品互動行為之觀察整合計畫行為理論與支應性理論建立互動行為模式。《造園景觀學報》，**23(2)**，1-23。
- 陳文姿 (2017)。前瞻軌道建設 曾銘宗預言：捷運蓋好即地方財政崩潰時刻。《環境資訊中心》，4月17日，<https://e-info.org.tw/node/204277>。(2019年10月23日)。
- 陳建元、張凱茵、楊賀雯 (2016)。臺中第一廣場暨周邊地區東南亞族裔空間形成與轉變。《都市與計劃》，**43(3)**，261-289。
- 陳燕珩 (2019)。【錢坑計畫遍地開花】全臺瘋鐵路立體化，交通學者：愚蠢作法。《上報》，7月29日，https://www.upmedia.mg/news_info.php?SerialNo=68150。(2019年10月23日)。
- 陳靜寬 (2012)。從省城到臺中市：一個城市的興起與發展 (1895-1945)。臺南市：國立臺灣歷史博物館。
- 游曉貞、陳國祥、邱上嘉 (2006)。直接知覺論在產品設計應用之審視。《設計學報》，**11(3)**，13-27。
- 黃嘉君、楊梓楣 (2008)。以生態觀點探討知覺 - 行動與動作發展。《中華體育季刊》，**22(2)**，70-78。
- 黃嘉彬、楊梓楣 (2016)。個體間隙穿越之移動及觀察點：環境賦使知覺判斷與信心評估。《體育學報》，**49(2)**，157-166。
- 黃嘉筌、卓俊伶、楊梓楣 (2013)。環境賦使知覺研究之實踐與展望。《臺灣運動心理學報》，**13(1)**，77-91。
- 董娟鳴 (2019)。都市鄰里供給友善度對老人活動與對鄰里環境供給滿意度比較之研究。《地理學報》，**92**，55-88。
- 雷光涵 (2018a)。鐵路立體化 / 利於都市縫合？學者數據打臉。《聯合報》，11月21日，https://udn.com/news/story/7314/3493121?from=udn-referralnews_ch2artbottom。(2019年10月23日)。
- 雷光涵 (2018b)。鐵路立體化 / 鐵路專家：都市縫合是個迷思。《聯合報》，11月21日，https://udn.com/news/story/7314/3493147?from=udn-referralnews_ch2artbottom。(2019年10月23日)。
- 嚴文廷 (2019)。評估灌水、效益不彰，5,000 億鐵路立體化工程選前竟再加碼放送。《報導者》，12月27日，<https://www.twreporter.org/a/2020-election-political-view-taiwan-railway-reconstruction>。(2020年4月22日)。
- 臺中市政府 (2018)。火車站前中山地下道封閉，中市府助街友自立生活。《臺中市政府》，<https://www.taichung.gov.tw/782268/post>。(2019年10月27日)。

可利用性的空間政治：臺中車站暨周邊公共空間的場景構作與身體繫留

The Spatial Politics of Affordance: The Scenes-making and Corporeal Mooring in Public Space around the Taichung Station

- 臺中市政府勞工局 (2018)。外勞輔導及管理事務。臺中市政府勞工局，
<http://old.labor.taichung.gov.tw/ct.asp?xItem=58778&ctNode=19679&mp=117010>，
(2019年10月27日)。
- 臺中市政府新聞局 (2018)。舊城新生臺中，
<https://www.youtube.com/watch?v=Z3z5Mnugllk>，(2019年10月27日)。
- 臺中市政府觀光旅遊局 (2018)。2018 臺中舊城新生博覽會。臺中觀光旅遊網，
<https://travel.taichung.gov.tw/zh-tw/Event/ActivityDetail/3663/2018>，(2019年10月
27日)。
- 劉慧雯 (2017)。建構「倫理閱聽人」：試論社群媒體使用者的理論意涵。*新聞學研究*，**131**，
87-125。
- 歐聖榮、鄭佳美、黃郁琇、林建堯 (2010)。以支應性理論探討環境屬性與使用者行為之
關係 - 以國家美術館前開放空間為例。*戶外遊憩研究*，**23(4)**，79-109。
- 鍾蔚文、陳百齡、陳順孝 (2006)。數位時代的技藝：提出一個分析架構。*中華傳播學刊*，
10，233-264。
- 簡永達 (2016a)。臺中一廣將變成誰的東協廣場？。*報導者*，5月31日，
<https://www.twreporter.org/a/taichung-whose-square>，(2019年10月27日)。
- 簡永達 (2016b)。第一廣場，移工築起的地下社會。*報導者*，6月16日，
<https://www.twreporter.org/a/taichung-first-square>，(2019年10月27日)。
- 蘇柔郡、吳筱玫 (2018)。高中女生使用 Instagram 之日常美學：符擔性觀點。*新聞學研
究*，**135**，139-191。
- 蘇睿弼 (2018)。車站在造與都市再生：以臺中舊市區為例。*建築師*，521，94-97。
- 蘇睿弼 (2019)。舊城再造：臺中中區再生基地，載於侯志仁 (編)，*反造再起：城市共生
ING* (頁 64-83)。新北市：左岸文化。

英文文獻

- Chemero, A. (2003). An outline of a theory of affordances. *Ecological Psychology*, *15*(2),
181-195.
- Deleuze, G. (1988). *Foucault* (Hand, S. Trans.). Minneapolis: University of Minnesota
Press.
- Deleuze, G. (1993). *The Fold: Leibniz and the Baroque* (Conley, T. Trans.). Minneapolis:
University of Minnesota Press.
- Gibson, J. J. (1979). *The Ecological Approach to Visual Perception*. Boston: Houghton
Mifflin.

- Foucault, M. (2008). *The Birth of Biopolitics. Lectures at the College de France, 1978-1979*. Hampshire, UK: Palgrave Macmillan.
- Harvey, D. (2008). The right to the city. *New Left Review*, 53, 23-40.
- Lefebvre, H. (1979). Space: social product and use value. In Freiberg, J.W. (Ed.). *Critical Sociology: European Perspective* (pp. 285-289). New York: Irvington.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Oxford: Blackwell.
- Lefebvre, H. (1996). *Writings on Cities*. Oxford: Blackwell
- Low, S.M. (2000). *On the Plaza: The Politics of Public Space and Culture*. Austin: University of Texas Press.
- Low, S.M., Taplin, D. & Scheld, S. (2005). *Rethinking Urban Parks: Public Space and Cultural Diversity*. Austin: University of Texas Press.
- Low, S.M. (2017). *Spatializing Culture: The Ethnography of Space and Place*. New York: Routledge.



臺中市綠川再生之研究：

以網路使用者都市意象建構為例

**Regeneration for Green Waterway in
Taichung: The Case Study of City Image
Construction of Internet Users**

羅中涵 Chung-Han Lo

國立臺中教育大學區域與社會發展學系研究生

Master of Department of Regional and social Development Nation Taichung University
of Education

梁承澤 Cheng-Ze Liang

國立臺中教育大學區域與社會發展學系教授(通訊作者)

Professor, Department of Regional and social Development Nation Taichung University
of Education

摘要

近年來，人們藉由打卡取景或網路景點傳播，蔚為風氣，已成為國際間行銷觀光地的重要方式。人們常從電視或網路媒體得知新的景點或發現朝聖的地景，如此自願性地理資訊提供者藉著網路打卡，可以創造新景點或成為景點傳播者。筆者希望藉由本文，紀錄國際網路中的數位文本，瞭解網路世代如何透過電子文本進行地方意象的建構。

本文擬觀察臺中市中區綠川周邊區域再生發展之脈絡，理解政府與民間團體區域再生政策的規劃與實踐，藉由社群資訊網絡和傳統媒體耙梳綠川地方意象之建構。本文嘗試運用網路探勘 (Web Mining) 取得的網路資料進行資料分析，得到網路社群熱門程度的地標及周邊地景，以 Google Map 為主要資料收集平臺，利用程式對電子文本，做關鍵字計算，了解大數據所呈現的網路使用者意象。

研究發現：一、從臺中市中區綠川再生的歷程，政府與民間團體以歷史作為政策之基礎，強調文化再生及資產保存的重要性。二、傳統媒體分析得知 2014 及 2015 年，新聞報導的主題較為分散，2016 年後主要集中在綠川景觀、整治工程及舊城再生的議題上，而 2018 年報導數達到高峰，以綠川整治與水利相關內容為主。三、網路使用者的地標評分數量，以宮原眼科最多，其次依序為第四信用合作社、東協廣場、日曜天地、臺中火車站、綠川水岸景觀步道等。進一步分析文字評論比高於該平均百分比之地標，第一與第二的宮原眼科與第四信用合作社都有很高的熱門程度，使用者感受也屬於正面，並且同樣在食物、服務品質及建築歷史等部分受到使用者關注，第三的綠川水岸廊道，網路使用者對該地標的轉變有非常正面的回應，尤其在景觀與遊憩方面的意象。

關鍵字：網路使用者、意象、自願性地理資訊、Google 地圖、電子文本

Abstract

Due to the check-ins behavior or community sharing software blooming recently, it becomes the hot way to spread electronic World of Mouth. We can know the new spot and landmark for visiting on TV or social communities or can create new by being the volunteers for supply of geographic information. This study intended to understand the construction of city by electronic texts on website generations.

It explores the building revitalization and urban regeneration around the area of Green Waterway and understands the relationship between government and the third department. As a young research, it also attempts to clear the tourist-image and intention for Green Waterway. Data were collected by web mining to inquire the big data and were analyzed through the Google map including itinerary, tourist image and, E-World of Mouth for check-ins.

The results show that, firstly, based on the historical background for revitalization and regeneration, it emphasizes on the culture heritage preservation. Secondly, the topics of the traditional mass communication differed between them of the year of 2016 and before of the year, the former focusing more on the issues of landscape, river improvement projects and urban regeneration. Finally, the network volume for World of Mouth, were Miyahara Ice shop, Fourth Credit Union, Aseaw Square, Sunshine Plaza Outlet, Taichung Station and, Shin Sei Green Waterway respectively. Furthermore, Miyahara Ice shop and Fourth Credit Union hit the highest positive discussion, and it has a highly opinion of website users on food, quality of service and architecture history. In particular, the website users for Shin Sei Green Waterway value favorable comment on the imagination of relaxation and landscape.

Keywords: Internet user, image, Volunteered Geographic Information, Google Map, e-text.

壹、前言

中區曾是臺中的中心商業區，但因道路皆為日治時期所規劃，路面狹窄加上 1970 年代末中山高速公路通車後，臺中市發展就一直往西走，而在擁有高速公路、快速道路的區域、新市政特區及逢甲夜市商圈等地區，商業榮景逐漸取代中區。2010 年之後，在地餐飲集團回到中區活化經營，陸續完成如宮原眼科冰果室、第四信用合作社與舊市府建物等，以及其它業者跟進接手翻新周邊建物作旅店或其他用途，為中區帶動人潮，重新刮起一股親近人文歷史的風潮。

從社區營造到都市活化、再生，各時期政府及民間團體皆有推動中區發展的想法。從張溫鷹市長時代開始，政府認為臺中車站特定區與臺北車站特定區一樣，均為區域發展的核心地區（楊鳳蘭，2001），為了重振舊市區商圈，仿效西門町經驗，規劃繼光街行人徒步區、中華路電子遊樂示範區、福音街假日觀光夜市等，希望復甦舊有市區。胡志強市長時代提出「市中心區畫龍點睛計畫」，大興活動、引入臺中市快捷巴士（BRT）希望改善交通繼續為商圈帶入人潮。直到林佳龍市長時期提出文化城中城計畫，針對綠川進行水岸廊道的重新整治，在 2018 年完工後，便吸引了許多觀光客前來朝聖，重新活化該區域。現任盧秀燕市長表示中區人文薈萃，會持續推動綠柳川環境營造工程，承繼地標的熱潮，延續觀光與經濟的效果。

臺中都市再生除了興建新火車站等重大亮點地標外，更應進一步思考營造舒適豐富的地方品質以及完善的生活設施，建構吸引各類創客駐點的環境氛圍。綠川是臺中市一條充滿歷史與感情的文化地景，一期完工後的系列活動，成功吸引觀光客及市民話題，並尋回市民生活的共同想像。近年藉由風行之打卡取景或網路景點傳播，也就是自願性地理資訊提供者藉著網路打卡，創新城市行銷通路平臺，創造新景點或成為景點傳播者。

近幾十年來由於都市更新相關法律的修改，在城市的研究領域中，都市再生作為都市計畫政策重要的主軸之一，並應用於近十年臺中市都市計畫中「重塑市中心」以及「都市品質優化」上。不只是過去都市更新剷除舊建築建造新地標的模式，逐漸出現以建構當地居民與遊客的地方意象的再生方向，並且出現許多與網際網使用者相關擁有高便利性的數位文本，但是近年研究並未隨新興網路工具出現對該部分有充分的了解，興起研究者欲從地方意象與網路社群觀點出發，探討網路社群對於地方意象的資訊共享互動模式，分析社群網路地方意象的建構過程中，內容如何選擇性被呈現，引起遊客對地方意象的興趣或話題與討論。

本文擬透過觀察臺中市中區綠川周邊區域政府再生發展之脈絡，藉由社群資訊網絡及地方意象耙梳綠川的觀光活化之現況，理解政府在相關區域再生政策的規劃角色，喚醒都市再生與活化和網路社群之鏈結，提供未來區域再生在意象上與城市規劃之參考。

綜上所述，本研究之目的如下：

- 一、了解中區綠川周邊都市再生發展之歷史脈絡與運作歷程
- 二、了解傳統媒體對中區綠川報導之建構
- 三、分析中區綠川社群網路使用者所建構大數據資料之再生地標與地方意象

貳、文獻回顧

一、都市再生

廖乙勇(2009)指出都市更新發展趨勢分為4R(Renew· Reuse· Redevelopment· Regeneration)階段。90年代後的都市再生(Urban Regeneration)概念，著重都市機能的永續及活化的發展。都市再生可以視為政府規劃及實踐改善都市空間的措施(蔡宜庭，2019)。Harvey(1989)認為都市的治理從管理主義變為企業主義，指出都市政策之方向及意圖。Doucet(2007)則認為都市政府的角色有了極大的變化，不僅止於關注居民最低需求，而是需要營造一個適合都市經濟成長的環境。而近代都市的不斷擴張與郊區發展無法解決都市逐漸衰敗的問題，因此，各國轉而著重在舊市區的再生(黃姿蓉，2008)。Smith(2010)也提出，都市再生發展策略是為了回應都市衰退、社會不平等、貧富差距等問題，而產生一種都市再生的整合過程。

二十世紀後，許多城市因人口及產業不斷外流而沒落，為了復興城市榮景，在策略上為擺脫都市的困境，不只提升其硬體建築或經濟誘因，更強調提高都市意象、都市內部社會與文化層面的影響，「文化」在都市再生的過程中逐漸佔據舉足輕重之地位和角色。林家榮(2009)以參與式觀點探討，都市再生決策過程中需要公私部門相互溝通協調配合，才能有效執行其內容。向雯涵(2009)以公部門角度作觀察，了解必須深入當地，才能將都市再生推動及執行。閱讀都市再生文獻，發現都市再生議題應以都市長期發展為核心，並且考慮整體區域與都市空間，配合閒置土地、交通與公共建設同步發展，結合在地歷史文化內容，與在地團體溝通，調整過去都市更新之思維，轉為促進整體區域與都市發展之策略。

相較於大型地標或文化節慶的文化導向都市再生實務方法，另一種轉型則是針對擁有歷史的舊城廢棄空間再生，配合政府政策與專家指標，透過文化與創意思維進行小尺度的空間再生，藉以活化地方發展、創造出新興經濟產值，帶動舊城區域整體的產業轉型(黃蕙庭，2015)。

學者蔡宜庭(2019)也提到若是政府主導，會產生與不同團體關係的緊張。空間是社會文化的具體紀錄，都市再生底下的空間再生則是需求轉換的過程，空間在不同時空環境

會發揮不同階段性作用，舊有空間紀錄該地區發展的歷史脈絡，因此也是相當珍貴的文化資產，內涵更可代表社會意識形態變遷的過程。

因此在都市再生的過程中，更要著重城市發展的脈絡及條件，延續文化的影響力。公部門在文化都市再生上，不僅需要居民的支持，也需要私部門的協助，公私部門的協力夥伴關係能提高行政效能，提升公共建設之品質；私部門受惠於基礎建設等內容的改善，帶來投資商機，而私部門對文化藝術活動贊助能減輕公部門財政經費補貼負擔，達到社會責任、公益等目的。根據蔡宜庭 (2019) 研究整理，文化再生在空間、經濟、社會之面向皆有影響，其相關指標包含空間利用、觀光、居民觀感與認同、地方意象之轉變及公私部門合夥關係和參與。

中區綠川再生的過程即是以文化來發展都市的例子，一開始綠川整治就主打文化意象的重新塑造來進行綠川的整治工程及品牌行銷，後續成果及討論度也顯示其受大眾歡迎的程度。本研究將意象視為都市再生中與新時代網民遊客的重要連結，亦即透過網路社群，使用者如何表現與組織地方意象樣貌，吸引社群中其他人的興趣，創造屬於網民遊客的地方意象。

二、地方意象

(一) 地方意象的定義及內涵

Hunt(1975)認為意象是遊客表達心中對當地觀光發展之態度以及對旅遊感受的重要的特徵。地方意象 (place image) 則是對一個地方的屬性或活動之看法、概念與印象的總合 (歐聖榮, 2007)。凱文·林區 (Kevin Lynch) 認為城市的意象是空間中所有元素營造的一個共同意象，重點在視覺的感受，把都市解剖成五個都市意象元素：通道 (Path)、區域 (Districts)、邊緣 (Edge)、節點 (Node)、地標 (Landmark)。

(二) 近代地方意象相關研究

Ramkissoon 與 Nunkoo (2011) 的研究發現居民的城市意象形塑他們對於觀光產業的態度及行為扮演重要的角色。而都市意象與城市意象 (city image) 也是地方意象探討的範疇之一。卓信佑、賴佩吟 (2013) 以過去對於旅遊地意象的研究為參考，以整體意象代表旅遊地意象研究城市意象的形成機制。Papadopoulos, Elliot & Szamosi (2014) 以會展旅遊的選址為例，在規劃者的眼中，比起傳統的旅遊因素，地方意象更是作為選擇辦理會展活動的關鍵。上述目的地意象、旅遊意象或城市意象的研究，皆是以地方作為基礎，以遊客作為研究對象。

另外，從張詩唯(2015)針對臺中宮原眼科冰品店的研究發現，發掘地方文化異質性，塑造地方意象與認同，賦予歷史建築、文化資產與老舊街區特定的象徵或意義，促成歷史空間的再利用，催化地區再生，有助於提升都市整體的價值。

綜上所述，對於地方意象的研究上運用層面相當廣泛，例如目的地意象、旅遊意象、城市意象，可以得知遊客與居民對於他們造訪或生活的地方皆會形成意象，例如居民對於地方會產生地方意象，遊客對於觀光目的地則產生目的地意象、對旅行經驗產生旅遊意象、對都市產生城市意象。在新時代下，網路成為資訊的重要載體以及人們溝通的主要管道，網路資料的豐富性與可取得性，使得以內容分析的方法來分析數位文本地方意象的形成或其他觀光現象的研究顯得越來越重要 (Pan & Fesenmaier, 2006; Choi, Lehto & Morrison, 2007)。因此，本研究將借鏡前述意象的建構模式、文化的關係與數位文本資料來產生綜合性的判斷標準，以求研究結果趨於客觀。

三、虛擬社群與自願性地理資訊

(一) 網路虛擬社群地特色

根據文獻探討所述，數位文本的溝通媒介已成為社交傳媒的重要素材，並提供文本、視覺圖像等資訊，隨著進入 Web 2.0，到如今的 Web 3.0 時代，人物結合下的移動與定位本身就是一種資訊，這些資訊詮釋了流動空間、網絡連結、移動過程的具體樣態，網路使用者從純粹使用者，轉變為能同時提供網頁內容的資訊生產者，同時，這樣的變動也使地理資訊不再只由傳統專業能力之人員所製作與提供，每個人對地圖都有擁有權、解釋權，成為主動資訊生產者。

社群網站是連結共同興趣、工作、學校、家庭及朋友的開放式平臺，其中包含地圖圖資、地標打卡、商家評論等，讓使用者的社交網絡快速連結，是近年新興且發展迅速的資訊的交流媒介之一 (郭亭亞等, 2011; 莊哲璋, 2016)。

而圖資、打卡等功能，都受到適地性服務與手持行動設備的發展所影響，設備中的 GPS、全球微型定位系統或其他相關通訊系統，能夠讓使用者輕易取得自身定位資訊，並分享給大眾，使得平臺的資訊多樣且豐富。使得空間實踐變得容易。

(二) 自願性地理資訊

全球定位系統 (Global Position System, GPS) 裝置如手機、平板電腦的普及，開創了網路世代開放性的協同合作架構，帶動了網路地圖技術的革新，使非專業人士容易地就可以在網路上協同合作的方式來產生出地理資料，他們志願地貢獻時間精力來參與地圖資訊的補充，產生公開的地理資料，所以，當地理資料的生產方式改由群眾外包 (crowdsourcing) 的模式對外開放，如社群媒體的打卡定位資訊、開放街圖

(OpenStreetMap · OSM)、谷歌地圖 (Google Map) 等地理資料，個人或組織可以利用大量的網路用戶來取得需要的服務和想法。這類的地理資料通常被稱為「自願性地理資訊 (Volunteered Geographic Information · VGI)」(鄧東波 · 2017)。

這樣的資訊共享方式展示了人類時空感知的嶄新轉變。透過行動傳播與數位化的技術，遊歷的地點本身不只是被媒介再現，這些地點本身就是媒介，在程式運算的框架下，人與人、人與城市有了全新的關係，透過自願性共享地理資料的積累，也促成人們利用空間實踐、消費行為與協商互動來定義何為地理空間。城市中的社會關係和權力關係，不再僅僅依據根植於城市空間結構的生活形態，而是更直接地被轉化為主動的「傳播」過程 (McQuire 與潘霽 · 2019)。

從知識論的角度來看，自願性地理資訊有著三種資訊類型的組合：地形等自然資訊、道路、水系的測量描述等技術資訊與人類行為相關，如：消費行為、駕駛等文化資訊。透過社群平臺上的「社會標記」，像是打卡、# (hashtag)、分享照片，使用者、物、與城市風景大量交織成數位形式與真實形式共存的存在，以往建構在地緣關係上的社群定義必然需要調整，傳統社群須具備共同領土、社會系統以及歸屬感等要素，在網路社群上透過自願性的分享資訊就能藉此獲得真實的情感互動，產生出新的地方意象。

(三) 近代虛擬社群相關研究

在資料應用研究方面，謝永俊等人 (2017) 透過微博數據針對北京市區旅遊熱點的研究表明，運用文本挖掘及地理大數據分析的城市意象研究方法，能及時感知人群在城市不同場所的活動、態度、偏好。王昱茹 (2019) 的研究也證旅遊經驗之量表結果與質性文字分析可以獲得一致性的結果，亦即可以確認傳統問券方法與情緒分析方法有相同效果。

近代巨量資料在科技進步下受到廣泛注意，但在本研究主題的相關應用及研究並不多，巨量資料的出現促成廣泛主題的新穎研究。根據原友蘭 (2017) 針對內容分析法技術探析觀光與領域研究主題趨勢研可以知道，論文以分享經濟與科技應用主題之文章佔比僅有 0.7%，因此相關研究相當珍稀。

因此，本研究欲探討：公部門都市再生之政策、網路使用者認知的再生地標熱點之判斷與網民遊客空間實踐留下的數位文本內容分析。藉由不同的文獻資料來源，判斷使用數位文本建構地方意象之方式。

參、研究方法

本研究做為探索性研究，希望對網路與地方意象相關之議題有初步的認識，嘗試運用從網路探勘 (Web Mining) 取得的網路資料進行資料分析後，得到符合網路社群熱門程度的地標及周邊地區，做為探討的對象。

本研究主要以網路社群平臺的數位文本資料，檢驗或詮釋觀察的現象，藉以嘗試數位文本資料在社會人文科學的應用方式。

一、研究對象

在空間上，本文主要研究對象為 2018 年啟用之綠川水岸廊道景點，該景點位於臺中市中心區域核心位置 (圖 1)，該區域經過工商重心偏移，都市再生的過程之後，成為符合當地需求同時帶動區域發展，根據 Google Trends 搜尋趨勢資訊 (圖 2)，綠川水岸廊道周邊在完工後吸引不少網路使用者搜尋討論，並且算是熱門。臺中市政府近年都市再生之重點，皆以回到市中心與追求都市品質為主，而水岸廊道周邊區域是具有文化、空間、創意的區域，是值得政府推動都市再生的空間。



圖 1 研究範圍示意圖

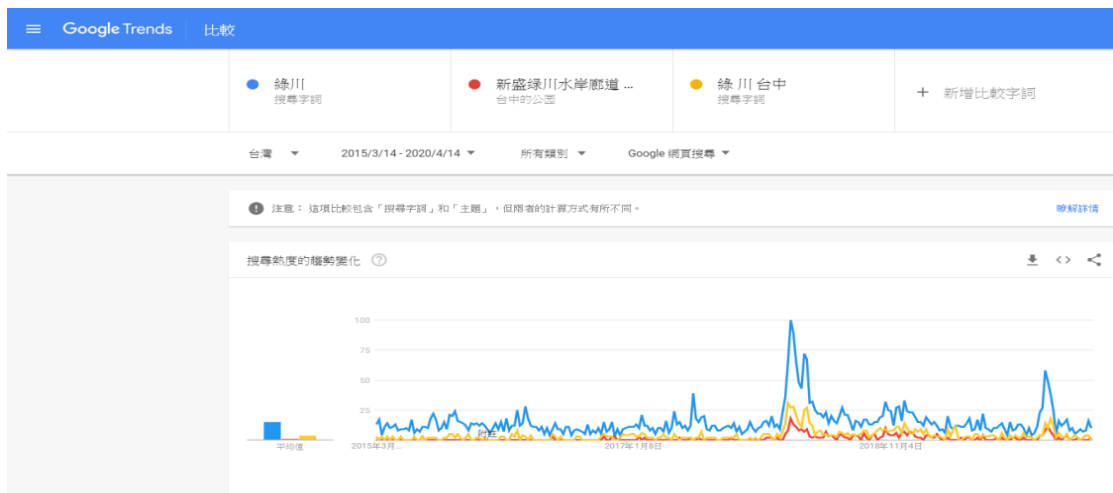


圖 2 Google Trends 搜尋趨勢

在數位文本資料來源上，根據林宗聖 (2018) 指出隨著網路世代資訊工具時代轉型或改變，Google Map 於 2015 年新推出在地嚮導 (Local Guides) 功能，藉由使用者自身的體驗，於 Google 地圖上分享資訊 (Mike Elgan, 2018)，發展至今民眾對「在地嚮導」訊息內容信任程度在「普通」與「同意」之間，屬中等以上程度，可知在資料參考上有一定的象徵與代表性。因此本研究選取以 Google 在地嚮導之評論資料與屬性為主，以新時代網路數位文本內容為分析對象，作為本研究主要資料來源。

二、研究工具

本文以綠川水岸廊道景點的再生歷程與 Google 地圖數位文本為主，探究網路使用者與空間的互動經驗所產生的地方意象，嘗試形塑出數位文本對社會人文研究的應用方式。

(一) 文獻分析

藉由前面文獻探討與對研究對象的說明，可知道空間再生會呈現其發展歷史脈絡，本研究以質化為取向，對綠川先取採取文獻分析法，故本文將對其他綠川研究資料與歷史文獻的資料進行蒐集，如：公部門都市再生的計畫書、論文、研究報告等相關文獻，分析綠川發展的歷程以及再生後，較能聚焦本研究主題，並且後續能夠提供較多研究方法的驗證與文本的協助。

(二) 自願性地理資訊 (VGI) 資料分析

本研究以網路社群為主要資料收集平臺，以 Google Map 地標資料與評論作為資料來源，能貼近網路世代之現況。

為判斷重點地標，在地標資料的選擇上，首先利用 Google Map 關鍵字搜尋，找尋綠川相關地標之地標資料，並利用 Google Map 具有定位座標、地標資料、評論、使用者評分的特性，Google Map 在評分計算上會根據使用者評分與其他各類資訊計算評分，確保持體資料評分能盡量反映出地標水準。王省閔(2013)的研究中瞭解到，在數值的收集後，每一項數值對該地點價值的影響都有不同，於是在採用計算會使用權重的方式，並且經由權重方式所呈現的結果與現實世界問券結果比較後，準確率會達 80%以上。

因此本研究借鏡同樣以社群網站為研究對象的加權概念方式，假設數值的影響力差別：由於評論必須透過評論者互動親自產生數位文本，若評論者會為地標進行文字評論，代表其興趣較高，因此參考價值是最高的。第二參考價值高的則是評論時所留下的星數，由於社群網路平臺上的地標，使用者會對地點評論表示留下評分，讓其他使用者判斷是否是一個值得去的地方。最後地點評論總數由於無法確定使用者是否真正到過該地標，並且無法對個人資料的真實性做確認，因此給予最低限度的參考價值，最後根據前述資料，進行地標的分類工作。

(三) 內容文本分析

由於社群網站地標評論內容由於資料數據龐大，人工無法因應，所以較而不適用傳統內容分析方法，因此使用資料科學技術中以電腦輔助文本分析的方式進行，利用開源 (Open source) 的文字雲網站，以文本內網路使用者體驗的數位文本分析，進行關鍵字頻率統計或文字雲分析。

在結果分析上，根據 Stabler(1995)、Alhemound & Armstrong(1996)等人的研究，從認知角度評估旅遊地意象，發現環境資源，如：地標、景點，與認知評價有較高的關聯，地標必須能提供說服遊客實地走訪的動機與吸引力。故本研究對重要地標中數位文本的分析重點也採同樣的看法。

肆、研究結果

一、綠川空間再生過程

綠川為臺中市中心四條主要河川之一，與柳川、梅川、麻園頭溪並列其名，在綠川的發展狀況上從過往研究資料大致可分為清領時期、日治時期與戰後時期。隨著經濟發展、都市發展逐漸成熟，同時中山高速公路通車，臺中市都市建設開始將範圍擴大至屯區，導致中區八零年代末期開始，人口開始負成長，商業機能衰退，商業機能由盛轉衰。

近年，重塑中區成為市政府推動舊市區轉型的政策主軸(張容瑛, 2019; 向雯涵, 2009; 黃子倫, 2013)。隨著 1998 年臺中市「都市發展白皮書」之擬訂，與學術單位交換意見，內容架構決定主要目的在確定臺中市未來發展方向，並朝城市國際化之目標邁進，諸如鐵路地下化、捷運系統、干城商業區、臺糖大型購物中心、火車站特定區、臺中生活圈交通系統、高速鐵路、軟體工業區、資訊工業之發展，以及未來臺中港市之互相結合等內容。因此，中區做為本市重要核心，在本脈絡下該區域的再生便是急迫與必需的。

中區早期在都市規劃上皆以小範圍商業改造計畫為主，中區綠川自日治時期都市計劃留下許多基礎、公衛建設也得到一定程度的現代化，2016 年後都市文化再生策略在臺中市中區周圍成為主流，臺中市政府在都市再生策略上逐漸注重整體性，改善中區綠川的環境，將舊有河道及空間轉為都市的文化建設或指標性建築，成為臺中市的文化意象，增加城市的正面意象，都市機能的更新、開放空間的建立有明顯的效果。

總言之，臺中市在戰後由於商業中心外移及新建公路系統，導致中區逐漸沒落，引發政府於中區綠川地區再生計畫的根本原因。隨 2018 年新盛綠川廊道第一期工程完工及新臺中車站啟用(圖 3)，綠川不僅改善環境，也吸引許多觀光客到當地旅遊。



圖 3 新臺中車站及站前廣場
(資料來源：研究者自攝)

二、政府中區再生政策及民間團體運作

(一) 政府的政策轉換：經濟發展到文化再生

根據前述歷史脈絡之演進，可了解近年地方政府政策之方向與策略。從胡志強政府億元救中區閒置建築物招商規劃內容，並且以打造地標建築為主。如臺中火車站與站前廣場、周邊購物中心與商圈徒步區，甚至試圖將日治時期留下的第二市場以客家圓樓造型改建（臺中市政府新聞局，2010）。

當時胡市長以資金做為「救中區」的主軸，以經濟開發為主，較忽略日本歷史文化的發展願景方向。又因 2012 年臺北士林文林苑都市更新爭議與臺中南屯天主堂事件延伸，拆除歷史建築與市地重劃對在地的意義及影響也導致了後續社會運動的興起，也使文史團體必須找尋臺中在地的歷史，強調即將被拆除的歷史建物其中有何文化內涵（黃子倫，2016），並且也讓未來執政者，在綠川中區施政的方向逐漸轉向為重視地區發展的歷史。

林佳龍市長接任後，臺中市政府都發局設「舊市區再生：以城中城概念重新定位舊市區」為主軸作為復興中區的政策目標（臺中市政府都發局，2015）。並且，地方政府順應社會運動氛圍，以懷舊日本時期臺中當作復興舊市區的歷史主軸，以鐵道、臺中火車站為核心（臺中市政府第 213 次市政會議紀錄，2015），將日治文化納入區域內建築及火車站的文化保存計畫之中，以「文化城中城」作為施政重點。

2018 年，盧秀燕市長上任以中區「大投資大建設」為口號，除高架化與新車站等大建設外，同時也強調市府要重視歷史文化，並且延續文化城中城內容擴大範圍至臺中州廳、臺中刑務所等周邊地區景觀（臺中市文化局，2019），由於仍在任期中，是否落實大投資大建設與重視文化歷史內容，仍有待觀察。

綜上所述，在中區再生政策上，政府從強調經濟發展逐漸轉向文化再生，強調都市之日治歷史文化，改善中區綠川環境，有助於增加成是正面意象。

(二) 民間團體中區再生實踐

1. 中區再生基地（DRF Goodot Village，現中城再生文化協會）

再生基地為民間與政府合作都市再生的開始，執行「臺中市舊市區再生計畫研究案—臺中市舊市區都市再發展行動計畫」，藉由閒置空間的活化再利用，為衰退的舊市區導入新的使用方式，一方面吸引青年認識臺中，使得公民團體開始有公共發聲的管道，另一方面則藉由引起關注的共鳴，凝聚群眾對於社會議題的支持並產生行動的力量。

2. 臺中文史復興組合

該民間團體主要倡議「臺中城市的源起在日本時代」，以搶救保存鐵道歷史為主要活動。文史復興組合提出「臺中綠空鐵道軸線計畫 Taichung Overpass」的構想，此將都市再造概念，邁向城市保存，使都市治理的視野更上一層樓。

3. 好伴社計

以推動舊城再造的社會創新與專案執行為模式，在推動行動者、公民團體共同策劃並提出策略與解決方案，建立利害關係的治理與共同參與，如綠川市集活動，邀請舊城老店、青創、公民團體共同參與市集，串連起組織之間的連結與互動。

4. 綠川漫漫

舉辦綠川淨川活動，主動參與「綠川水岸廊道計畫」，舉辦講座與工作坊，將資訊傳達給其他在地居民與臺中市政府，形成了良好的溝通管道。臺中市在這樣的發展脈絡下，社會氛圍逐漸以日治時期的歷史來串聯臺中市的主體意象。

進言之，第三部門在綠川周邊的實踐與活動，對中區再生有很大的影響，並且與政府單位相輔相成。

三、傳統媒體的中區報導與建構

本研究所指綠川事件是透過前章研究方法之正規表達式 (Regular Expression) 提取漢珍數位臺灣新聞智慧網資料庫內容，蒐集 2014 至 2020 年間以「綠川」關鍵字搜尋取得之聯合報、中國時報、自由時報與蘋果日報共計 167 篇，四大報相關新聞及摘要內容，進行描述性統計，篩選去除無關內容與文學投稿後剩餘 148 篇，得到新聞數量圖 4。

整體而言，在關鍵字搜尋所得之 148 篇相關新聞中，以 2018 年 69 篇 (約 46.6%) 佔最多，其次 2019 年 36 篇 (約佔 24.3%)，而後依序為 2015 年 (12 篇約佔 8.1%)，2017 年 (11 篇約佔 7.4%)、2014 年 (10 篇約佔 6.7%)、2016 年 (9 篇約佔 6%)，以及 2020 四月前 (1 篇約佔 0.6%) 如圖 4。可知在 2018 年和 2019 年最受傳統媒體關注，此也與時間有關。

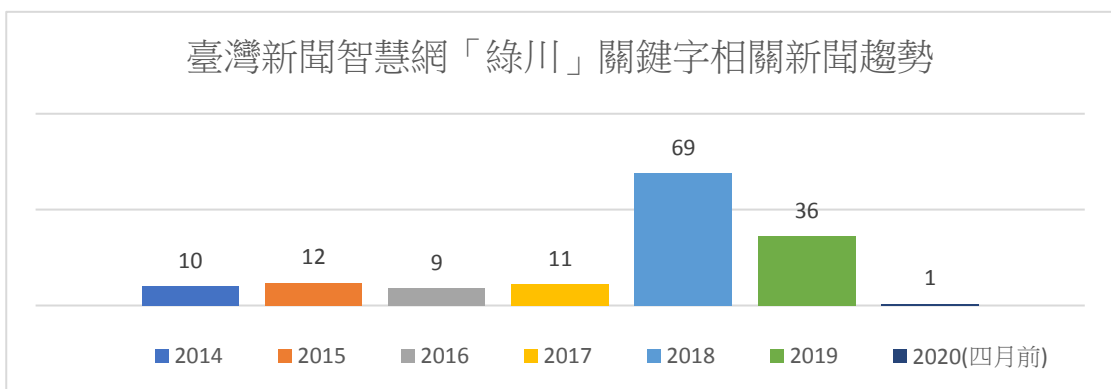


圖 4 臺灣新聞智慧網「綠川」關鍵字相關新聞趨勢

根據所獲得的新聞資料，進一步觀察新聞內容可將新聞分為不同類別，如：綠川景觀、整治工程與舊城再生新聞；綠川社造、活動新聞；愛心食物與食物銀行新聞；旅宿業新聞及其他五類，整體而言，期間綠川景觀、整治工程與舊城再生類新聞共 111 則，佔 2014 至 2020 年初中的 75%、綠川社造、活動類新聞 25 則，佔 17%、愛心食物與食物銀行相關新聞 5 篇，佔 3.3%、旅宿業相關新聞 2 篇，佔 1.3%，其他新聞 5 則佔 3.3%；表 1 可知，2014 至 2020 年初期間綠川景觀、整治工程與舊城再生是都市再生中最受傳統媒體關注的項目，並因 2018 年綠川水岸廊道一期工程完工啟用以及直轄市長選舉擁有最多事件的關注度。

2014 及 2015 年，新聞報導的主題較為分散，2016 年後主要集中在綠川景觀、整治工程及舊城再生的議題上，而 2018 年報導數 69 則達到高峰。

表 1 新聞內容分類表(個數,百分比)

年份	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	總計
綠川景觀、整治工程 與舊城再生	3, 30%	6, 50%	8, 89%	10, 91%	57, 83%	26, 72%	1, 100%	111, 75%
綠川社造、活動	3, 30%	3, 25%	0, 0%	1, 9%	8, 11%	10, 28%	0, 0%	25, 17%
愛心食物與食物銀行	3, 30%	2, 17%	0, 0%	0, 0%	0, 0%	0, 0%	0, 0%	5, 3.3%
旅宿業	0, 0%	1, 8%	1, 11%	0, 0%	0, 0%	0, 0%	0, 0%	2, 1.3%
其他	1, 10%	0, 0%	0, 0%	0, 0%	4, 6%	0, 0%	0, 0%	5, 3.3%
總計	10, 6.8%	12, 8.1%	9, 6%	11, 7.4%	69, 46.8%	36, 24.3%	1, 0.6%	148, 100%

綜合前述之內容，可以了解 2017 年後報導以綠川整治工程的相關新聞為主，而期間政府進行之相關計畫，又以新盛綠川水岸廊道計畫、大車站計畫及綠空軸線三大計畫之內容多與新聞報導有關，可以發現 2014 年後臺中市政府整治綠川及中區再生的計畫成效陸續在 2016 年後開始發酵。

針對「綠川」關鍵字之新聞，利用次數統計工具，得出年度關鍵字數量統計。各年度種類中，會產生無意義字詞。例如文章內容為「再創臺中市區水岸藍帶新風貌」，系統由於計算上的問題，會產生如「創臺」、「岸藍」等無意義的斷詞，經剔除後，大致整理成表 2。

在關鍵字的種類數量上 2018 年擁有 209 種關鍵字，約佔總量 415 種中的 50%，其次 2019 年有 109 種關鍵字，約佔 26%，2014 年約佔 6%，2015 年約佔 5.5%，2016 年約佔 4.7%，2017 年約佔 6.2%，可以推斷 2014 至 2017 年期間的新聞種類並不多，在報導內容的多元性上遠不及 2018 及 2019 年。

表 2 新聞標題摘要關鍵字種類數

年份	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	總計
關鍵字數量 (種)	27	23	20	26	209	109	1	415 種
百分比	6.5%	5.5%	4.8%	6.3%	50.4%	26.3%	0.2%	100%

在歷年關鍵字中，也整理出前 12 多的關鍵字，並且對照每年出現的次數，按照順序排列為表格 (表 3) 在次數上以臺中市相關地名為最多共 316 次，其次綠川 235 次，爾後依序是綠川 (235 次)、整治 (152 次)、水利 (80 次)、水岸 (52 次)、工程 (46 次)、政府 (42 次)、河川 (34 次)、火車站類 (30 次)、食物銀行類 (26 次)、環境 (23 次)、舊城類 (9 次)、汙水 (3 次)。可以觀察出媒體報導主要的內容集中在綠川整治與水利相關內容這樣的特徵，而且集中於 2018 年後。

從傳統媒體的報導可看出，綠川各年的報導趨勢以 2018 年居高，同時可看出歷年著重報導的主題差異，可補充大數據無法分析之歷年中區綠川變化。

表 3 關鍵字次數統計表

年份	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	總計
臺中+中市+ 臺中市	35	10	12	24	159	76	0	316 次
綠川	13	24	12	16	118	52	0	235 次
整治	0	10	10	14	99	19	0	152 次
水利	0	0	0	0	26	54	0	80 次
水岸	0	0	0	4	22	26	0	52 次
工程	0	0	3	3	29	11	0	46 次
政府	0	0	4	3	20	15	0	42 次
河川	0	0	0	6	24	4	0	34 次
車站+火車站 +臺中火車	0	0	0	0	23	7	0	30 次
愛心+食物+ 食物銀行	23	3	0	0	0	0	0	26 次
環境	0	0	0	0	11	12	0	23 次
舊城+舊城區	0	0	0	9	0	0	0	9 次
汙水	0	0	0	0	0	0	3	3 次

四、研究區內熱門地標分析

(一)資料收集與判讀

本研究於 2020 年 3 月透過程式取得 Google 地圖上研究區域內地標之資訊，Google 地圖地標及評論資料主要是藉由 Botsol 的 Google Map Crawler 程式工具（圖 5）取得，透過該功能取得 Google 地圖上搜尋各種類地標的公開資料後，為進行地標分類及評論分析，分類為地標資料及評論資料兩種方式儲存。檔案為.CSV 格式。

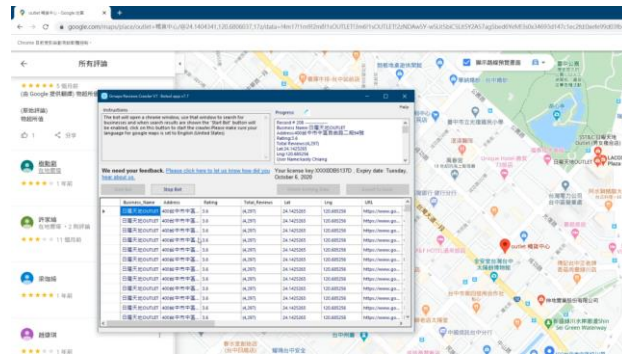


圖 5 Botsol Google Map Crawler

評論資料儲存格式，本研究於 2020 年 3 月透過程式收集 Google 地圖上中區綠川周邊地標之資訊，id、Business_Name、Address、Rating、Total_Reviews、Lat、Lng、URL、User_Name、User_URL、User_Title、User_Avatar、User_Reviews、Publish_date、Stars、Stars_External、Source、Review、Review_Photos、Owner_Response，紀錄各地標點 2018 年後綠川周邊地標之評論內容。詳見圖 6。

id	Business_Name	Address	Rating	Total_Reviews	Lat	Lng	URL	User_Name	User_URL	User_Title	User_Avatar	User_Reviews	Publish_date	Stars	Review	Review_Photos	Owner_Response
2110	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	5 顆星	👍👍			
2109	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	5 顆星	不錯地方			
2108	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	4 顆星	感覺好			
2107	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	4 顆星	最愛都中中的一抹綠			
2106	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	5 顆星	旅遊			
2105	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	5 顆星	超美			
2104	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	5 顆星	景點			
2103	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	4 顆星	休閒的好場所			
2102	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	5 顆星	燈光美			
2101	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	5 顆星	漂亮			
2100	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	4 顆星	改變綠川印象			https://lh5.googleusercontent.com/p/a
2099	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	4 顆星	煥然一新			
2098	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	4 顆星	景色優美			
2097	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	3 顆星	👍👍👍			
2096	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	4 顆星	踏過			
2095	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	4 顆星	煥然一新			
2094	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	5 顆星	台中市五星級水岸步道			
2093	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	1 年前	4 顆星	景色優美			
2092	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	11 個月前	4 顆星	休閒			
2091	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	11 個月前	5 顆星	景色優美			
2090	綠川水岸景觀步道		4.2	2,713	24	121	https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道		https://www.google.com/maps/place/綠川水岸景觀步道	在地標簿	https://lh3.googleusercontent.com/...	11 個月前	5 顆星	美不勝收			

圖 6 評論資料 xlsx 格式資料表

(二)地標的分類

依照 Google 地標的分類、地標位置、及評論數量，與臺中市觀光局旅遊網官方推薦景點列表比較，地標分類為粗分類 A 類（大型購物中心及商圈）、B 類（車站）、C 類（寺廟）、D 類（景點）、E 類（歷史建築）。細分類為東協廣場（a1）、繼光街商圈（Taichung Electronics Street、繼光商街行人徒步區）（a2）、日曜天地 OUTLET（a3）、新臺中火車站（b）、萬春宮（c）、綠川水岸景觀步道（d1）、臺灣太陽餅博物館（d2）、千越大樓（d3）、彰化銀行總行及行史館（e1）、臺中火車站（舊站）（e2）、第四信用合作社（f1）及宮原眼科（f2）。（見表 4）

表 4 地標分類表

Google 分類名稱	Google 地標名稱 (Google 地圖)	官方地標名稱 (臺中市觀光局旅遊網)
A 類 (大型購物 中心及商圈)	東協廣場 (a1) 繼光街商圈 (Taichung Electronics Street、繼光商街行人徒步區) (a2) 日曜天地 OUTLET (a3)	東協廣場 (a1) 繼光街商圈 (a2)
B 類 (車站)	新臺中火車站 (b)	新臺中火車站 (b)
C 類 (寺廟)	萬春宮 (c)	萬春宮 (c)
D 類 (景點)	綠川水岸景觀步道 (d1) 臺灣太陽餅博物館 (d2) 千越大樓 (d3)	綠川水岸廊道 (d1) 臺灣太陽餅博物館 (d2)
E 類 (歷史建築)	彰化銀行總行及行史館 (e1) 臺中火車站 (舊站) (e2)	彰化銀行總行及行史館 (e1) 臺中火車站 (舊站) (e2)
F 類 (餐廳)	第四信用合作社 (f1) 宮原眼科 (f2)	第四信用合作社 (f1) 宮原眼科 (f2)

(三)粗分類內各地標熱門程度的比較

Google 地圖的地標可以為各別使用者或商家建立，但本研究僅針對真實地點的地標進行討論，如特定景點、寺廟、歷史建築、大型購物中心或火車站等，因此個人創建或無意義之地標點皆不列入討論。為確保地標之熱門程度，以景點之評論數量做為初步參考分析之依據來篩選熱門的地標地點，利用 Google Map Crawler 儲存之地標資料來進行篩選。

整體而言，研究區內資料取得的所有地標評分數量比較，以宮原眼科最多，其次依序為第四信用合作社、東協廣場、日曜天地、臺中火車站、綠川水岸景觀步道等。各粗分類下的比較如下：

1. A 類：大型購物中心及商圈

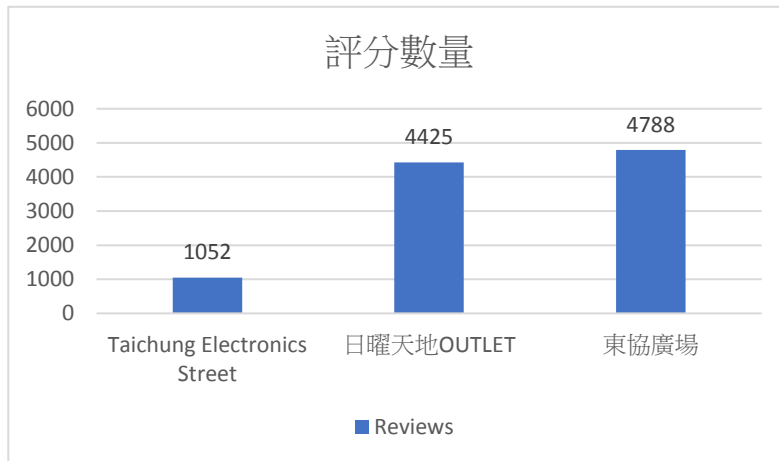


圖 7 大型購物中心及商圈類地標評分數量

分析大型購物中心及商圈的 Google 地圖評分數量，評分數量高的地標，代表網民遊客在該地點的人流量較大。資料中可以看到地點評論之數量都破千則，並且以東協廣場有 4,788 則最多，其次是日曜天地 OUTLET 4,425 則，最後則是電子街 1,052 則。繼光街商圈及東協廣場為市政府觀光旅遊局推薦之地點，日曜天地購物中心則沒有在官方推薦景點列表內，但由於評分數量充足，也一並列入討論。

2. B 類：車站



圖 8 車站類地標評分數量

研究範圍內唯一車站共 3,012 則，新臺中火車站同時是官方推薦景點，在 Google 地途中評論數量也相當高。舊臺中火車站也曾是火車站功能，但隨新站啟用後列為歷史建築類別較為合適。

3. C 類：寺廟

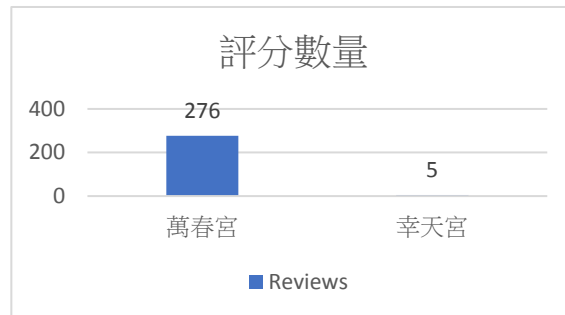


圖 9 寺廟類地標評分數量

萬春宮有 276 則，為研究區域內，官方列表中唯一推薦的寺廟地標，地理位置較其他地標為遠，其他寺廟評論數過少無法參考，故不納入討論。

4. D 類：景點

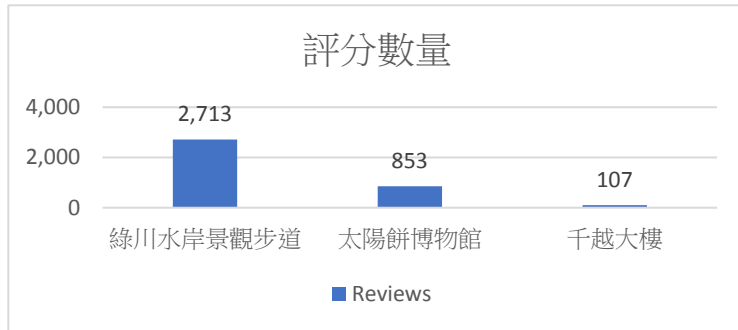


圖 10 景點類地標評分數量

景點方面綠川水岸景觀步道共 2,713 則，範圍包含中山綠橋、櫻橋等地標點，與太陽餅博物館同樣屬列官方景點列表，千越大樓在 Google 評論數量也有 107 則之多。

5. E 類：歷史建築

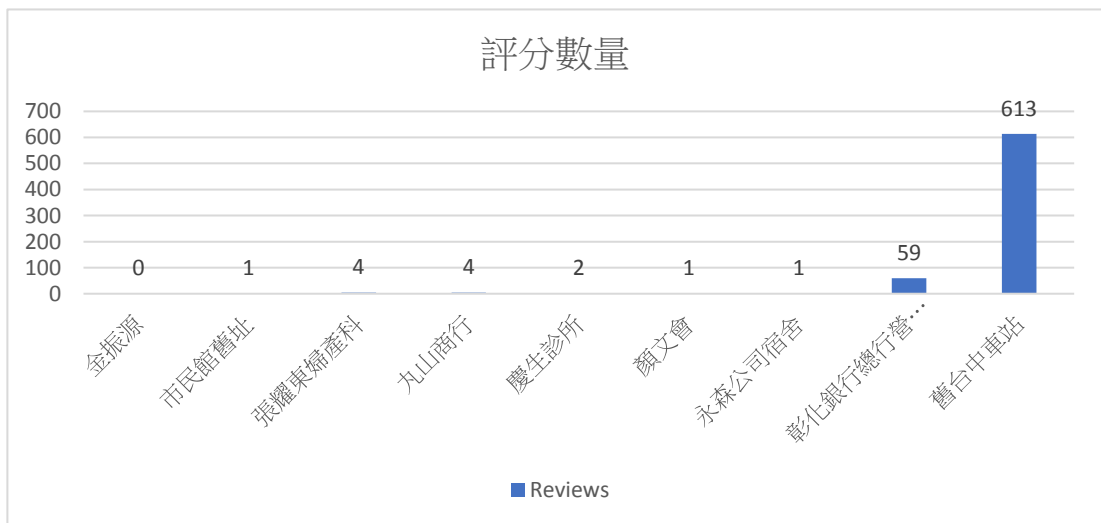


圖 11 歷史建築類地標評分數量

歷史建築類別中，系統找出的地標資料多達九個項目，但評分主要集中在舊臺中車站，高達 613 次；其次，彰化銀行總行 59 次，可以判斷為人流較為走訪的地標。前述兩個地標也是觀光旅遊網推薦之景點。其他地標資料評論資料過少，故無法採計判斷，本文後續並不作討論。

6. F類：餐廳

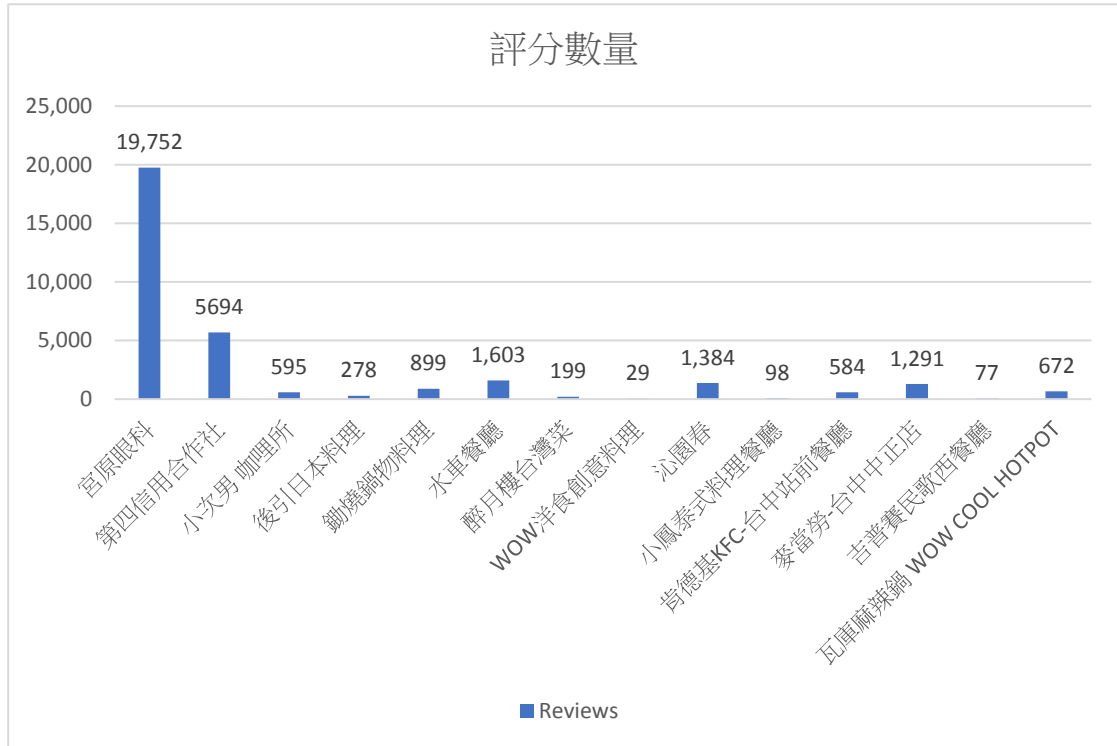


圖 12 餐廳類地標評分數量

由於區域內餐廳及飯店類型地標多屬於經濟消費型地標，研究區內約有 14 個地標，數量以宮原眼科共 19752 筆評分最多，其次第四信用合作社共 5694 筆，兩餐廳之數量約達所有評論分數量的八成。將地標資料的評價數及文字評論數整理為表格 5，可以算出文字評論數比例平均為 38.4%，可以推斷文字評論佔比高於該百分比之地標擁有平均以上的討論度，在資料中，留下之文字評論包含地標評價，願意留下文字評論之網路使用者通常對此地有較深刻的意象。

綜上所述，本研究選取：f2 (宮原眼科)、f1 (第四信用合作社)、d1 (綠川水岸廊道) 三個評論數佔比高於 38.4%，且文字評論數達 1000 以上者的地標來做詳細討論。

表 5 地標評價各項資料表

地標	文字評論數(佔評價數比例)	地標評價數(則)
f2	8500 ¹ (43%)	19752(則)
f1	3912 (68%)	5694(則)
a3	1398 (32%)	4297(則)
d1	1138 (43%)	2713(則)
e2	536 (87%)	613(則)
a2	270 (25%)	1052(則)
B	249 (8%)	3012(則)
a1	208 (4%)	4816(則)
d2	188 (22%)	853(則)
C	139 (50%)	276(則)
d3	63 (58%)	107(則)
e1	43 (72%)	59(則)
總計	16644 (38.4%)	43244(則)

¹ 由於軟硬體限制，評論內容資料抓取上限為 1398 筆，經由程式碼推算實際上資料數量約 8500 筆。

i. 宮原眼科 (f2)

宮原眼科冰品室外觀上為日治時期建築，在 Google 地圖上地標總評價數共 19752 筆，是所有地標中評論數最多的，約佔 46%。評分 4.2 顆星，由於程式在資料取得中的流量限制，僅能取得 1400 筆文字內容，但實際從程式反覆推算可以得知，總文字評論筆數達 8500 筆以上，故以 8500 筆做計算，文字評論數佔總地標總評價數的 43%，佔所有地標總文字評論數的 51%，從數量上來看地標在使用者間是有相當多的活動痕跡。

在文字雲關鍵字詞頻的計算上有 7255 種，內容主要以冰淇淋、好吃、口味出現最多次，除此之外在特色、裝潢、價格、建築、服務、觀光、景點、特別等，可以從文字雲看出關鍵字數量多且密集，並且多處於正向、正面的敘述。



圖 13 宮原眼科文字雲

截錄文字評論內容，可以觀察與文字雲關鍵字之結果，其文字內容針對商品為最大宗，可以確定使用者對該地標的意象中，冰淇淋關鍵字以巧克力、茶類等口味印象深刻。建築以古蹟、古色古香等歷史內容印象深刻。除此之外對特色的意象也有使用者舉出如「選用地原料」或是針對員工服務等意象敘述的描寫。

這趟來臺中一樣當觀光客/冰淇淋這次有讓人驚艷/頭一次吃(紅茶薰衣草跟迷迭香)口味的/那個名字太長完全忘了它叫什麼 😊/但是這次吃起來比之前好吃太多/茶類跟巧克力 72%的好吃 可以點！

(資料 id : 27767)

臺中市古蹟活化使用，重新整裝翻新，裡面的古色古香氣息，讓人感覺回到二十世紀初，大眾能夠見識到如此美麗建築，除了餐廳，伴手禮的展售外冰淇淋是各地訪客一定要試試看的高 CP 甜點，有各式巧克力冰淇淋，還有各種水果製作的冰淇淋，還能搭配餅乾，酥餅，棉花糖製作成聖代

(資料 id : 27566)

透過文字雲關鍵字計算得出，本地標共有 4310 種關鍵字，以圖 15 表示。結果以綠川、地方、散步、晚上、整治、適合等內容為主，並且以「綠川整治後是晚上適合散步的地方」為意象最深之主軸，在感受的敘述上偏向不錯、美麗、漂亮、很美、乾淨等正面內容與平均星數也能相互呼應。

從取得的評論內容節錄範例，也可以顯示上述的意象結果：

整治過後變得很美，很適合來這裡散散步，只是樹還不夠茂密，夏天天氣很熱時會有點曬，水質跟以前比也變乾淨很多，讓綠川展現出不一樣的風貌。



(資料 id : 1322)

重新整治過的綠川，配合夜間的燈光，實在令人耳目一新，有別於 30 多年前讀書時期的臭排水溝，原來綠川可以離我這麼近，如今非常適合推薦全家大小前往散步

(資料 id : 1118)

2018/3/20 抽空到臺中走走，綠川水岸廊道一直呼喚著我們前往，於是乎我們出現在這裡，真是一個漂亮的地方，適合悠閒的散步拍照，夜晚燈光一亮很美麗，吸引了無數人到此拍照，亮燈時間到晚上 22:00，時間一到準時熄燈，沒有燈光的照耀一樣那麼的美麗，整體規劃得相當不錯，除了水道感覺上未完工，有堆積一些雜七雜八物品，其他方面十分之好，.....。

(資料 id : 1306)

總言之，網路使用者在宮原眼科、第四信用合作社雖然是歷史建築，但在文字雲中對餐飲的意象是比建築本身的歷史來得深刻。而綠川水岸廊道「整治後成為適合散步的地方」這一深刻的意象，此乃回應政府自 2016 年後綠川的整治與改造，以及民間團體舉辦的活動所得到的結果。

伍、結論與建議

當代網路社群資料分析，是研究者評估各種資訊工具和知識結構，用以蒐集、分析或呈現網路社群資料所構成的一個活動。本研究剖析網路社群資料分析的資料取得方式及電子文本內容。根據文獻和個案分析，我們獲致幾個觀察角度，可供未來研究繼續探索。以下根據本研究的結果，有幾項結論及建議。

一、結論

(一) 政府與地方民間團體的運作與合作

臺中市中區綠川再生的歷程中，政府與民間團體能引用歷史作為政策之基礎，強調了文化再生及資產保存的重要性。民間團體也藉由舉辦在地活動，建立政府與地方民眾適當的溝通橋樑，並且從後續的成果來看是相當具有影響力且反映地方需求的。

(二) 傳統媒體的報導與建構

分析傳統媒體報導發現 2014 及 2015 年，主題較為分散，2016 年後主要集中在綠川景觀、整治工程及舊城再生的議題上，而 2018 年報導數達到高峰，以綠川整治與水利相關內容為主。近年綠川是傳統媒體報導的重點。傳統媒體的報導，建構了閱眾對中區與綠川空間再生的意象，當然也影響網路使用者對該區域，進而到訪與利用網路工具再傳播，促成意象的再建構。

(三) 網路使用者建構的地標意象

網路使用者所產出之文字訊息是社群媒體中主要的內容，本研究利用網路探勘 (Web mining) 的方法，由網路社群的文字訊息來獲取有用的資訊或知識，例如紀錄人群的流量、地標的熱門程度、地標的網路口碑或滿意度等。網路使用者的地標評分數量，以宮原眼科最多，其次依序為第四信用合作社、東協廣場、日曜天地、臺中火車站、綠川水岸景觀步道等。進一步分析文字評論比高於該平均百分比之地標，宮原眼科與第四信用合作社都有很高的熱門程度，使用者感受也屬於正面，對餐飲的意象比建築本身的歷史來得深刻。而網路使用者對綠川水岸廊道的轉變有非常正面的回應，尤其在景觀與遊憩方面的意象，回應了政府整治綠川與民間團體地方實踐的結果。

二、建議

(一) 政府層面

誠如前述，大數據資料雖已非新興資料模式，但在網路社群意象之應用並不多，政府宜多鼓勵並提出實質具體方案，針對各網路社群平臺的資訊能提供平臺與橋接，使溝通更順暢，接地氣，了解民意，活絡數位網路的蓬勃發展與建設性的活動，能為政策提供更多務實的可能性與多樣化的城市風貌。

(二) 民間團體層面

身為第三部門的重要推手，除了提供政府政策與資源整合的角色，民間團體也能夠透過網路社群的社會行銷，來倡議或集合地方民意，在與政府溝通的過程中能夠扮演更積極的角色，將國際化的眼光與意象城市元素趨勢融入本土，展現在地化珍貴的歷史軌跡，使在地居民傳承集體記憶訴說間代之間之交疊時光，型塑有故事的城市。

(三) 研究層面

1. **資料分析的新場域**：網路使用者所產出之大數據資料是社群媒體中主要的內容，並且形式多元、規模龐大，充滿各式各樣有用的資訊。如何分析網路大數據資料，參與的研究人員需囊括不同的知識背景，如社會科學或資料科學，並且透過跨領域合作來溝通完成資料分析。同樣的，網路探勘應用於社群媒體也能為地理資訊研究帶來不同領域的視野。
2. **語意分析工具的改良**：隨著資訊數據日漸龐大，傳統語意分析技術，必須仰賴大量標記語料，為此，必須耗費龐大人力，其所必須耗費的成本。在人工智慧發展下，未來可能有更多資料科學相關的語意分析技術，望能使相關領域研究更為精準。
3. **滾動式資料分析能力**：傳統的統計研究常著重在驗證與建立模型，但由於大數據資料的變化極快且即時，需要先行觀察資料態樣，再進行兼具探索及假設的資料分析方法，因此研究者需要具備資料思維 (**thinking with data**) 的能力，是未來做相關研究一個重要的邏輯思考能力，值得持續發展與關注。

參考文獻

中文文獻

- Kevin Lynch (2014)·《城市的意象》(胡家璇譯)。臺北：遠流。(原作1960年出版)
- 王昱茹(2019)·從文字分析挖掘遊客旅遊難忘經驗·國立中興大學行銷學系所碩士學位論文。
- 王省閔(2013)·社群網站打卡資料的分析與應用·國立臺灣海洋大學資訊工程學系碩士學位論文。
- 向雯涵(2009)·臺中市中區都市再生之研究·國立臺灣師範大學政治學研究所學位論文。
- 卓信佑·賴佩吟(2013)·城市因朦朧而美麗或因揭紗而驚艷?距離對外國人之城市意象的影響與其間形成機制之干擾·觀光休閒學報·19(3)·207-231。
- 林家榮(2009)·從參與式治理觀點檢視都市再生決策過程之研究·國立臺北大學不動產與城鄉環境學系學位論文。
- 原友蘭(2017)·解析觀光領域之跨領域的知識流動狀況:期刊書目對分析法之應用·觀光與休閒管理期刊·5:2·134-147。
- 張容瑛(2019)·河川與裝配都市再生:以臺中市中區及綠川、柳川為例·國立臺北大學研究所學位論文。
- 張詩唯(2015)·空間異相或都市意象? - 臺中宮原眼科奇觀化的歷史空間及其都市觸媒作用·臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。
- 莊哲璋(2016)·陽明山國家公園社群臉書打卡資料分析與應用·中國文化大學地學研究所學位論文。
- 郭亭亞、王逸峰、謝秀雄(2011)·人格特質、社群網站、休閒活動關係之初探·商業現代化學刊·29-42。
- 黃子倫(2013)·城市權爭取—臺中市市民組織在地行動·城市學學刊·33-65。
- 黃子倫(2016)·建構臺中城市主體性:城市運動的懷舊現代性與社群想像·文化研究季刊163期·3-29。
- 黃姿蓉(2008)·從都市更新到都市再生的遠景與機制之研究~以高雄市鹽埕區為例·國立成功大學都市計劃研究所學位論文。
- 黃蕙庭(2015)·公有不動產投入都市再生之功能探討-以臺北市都市再生前進基地為例·臺北大學公共行政暨政策學系學位論文。
- 歐聖榮(2007)·休閒遊憩理論與實務·臺北縣三重市:前程文化。
- 楊鳳蘭(2001)·以「三通」探討「臺中地區」未來發展之研究·臺中市中興地政事務所。

- 廖乙勇 (2009) · 都市更新主體之共生模式 · 建築及都市計畫研究所學位論文 · 中國文化大學。
- 蔡宜庭 (2019) · 畢爾包文化再生之發展 歐洲文化與觀光研究所學位論文 · 國立臺灣師範大學國際與社會科學院。
- 謝永俊 · 彭霞 · 黃舟 · 劉瑜 (2017) · 基於微博數據的北京市熱點區域意象感知 · 地理科學進展 · 36(9):1099-1110。

英文文獻

- Alhemound A. M. & Armstrong E. G. (1996) Image of Tourism Attraction in Kuwait, *Journal of Travel Research*, Vol.34(4), 76-80.
- Papadopoulos N. & Elliot S. & Szamosi L.T.(2014) Measuring event planners' perception of place image attributes: the case of Greek convention destinations. *Tour Anal* 19:505-516
- Choi S. & Lehto X.Y. & Morrison A.M.(2007) Destination image representation on the web: Content analysis of Macau travel related websites. *Tourism Management* 28(1):118-129
- Doucet B(2007) Flagship Regeneration: panacea or urban problem · EURA Conference The Vital City p12-14.
- Harvey D. (1989) *From managerialism to entrepreneurialism: The transformation in urban governance in late capitalism*, *Geografiska Annaler, Series B: Human Geography*, 71(1): 3-17.
- Hunt J. D. (1975) Image as a Factor in Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 13(3), pp.1-7.
- McQuire S. & 潘霽(2019) From Media City to Geomedia: Cross-disciplinary Insights into Information Society from a Pioneering Australian Scholar,5-26
- Pan B. & Fesenmaier D.R.(2006) Online Information Search: Vacation Planning Process. *Annals of Tourism Research* 33(3):809-832
- Ramkissoon H. & Nunkoo R.(2011) developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 964-988
- Smith M.K.(2010) *Cultural Planning For Urban Regeneration A Thirdspace Approach*
- Stabler W.J. (1995) *The image of destination regions: theoretical and empirical aspects, Marketing in the Tourism Industry: the Promotion of Destination Regions*, Goodall, B. & Ashworth, G., 133-161, Croom Helm, London.

臺中市綠川再生之研究：以網路使用者都市意象建構為例

Regeneration for Green Waterway in Taichung: The Case Study of City Image Construction of Internet Users

網頁

Ingram R.: 2001, Building virtual worlds: a city planning perspective, Online Planning Journal, online: <http://www.casa.ucl.ac.uk/planning/articles31/vcity.htm>

鄧東波 (2017) 知識發掘與資料探勘—自願性地理資訊的價值,科學月刊。2020/09/25, 取自：
<https://www.scimonth.com.tw/tw/article/show.aspx?num=2239&root=8&page=7>

臺中市政府 (2015) ,第 213 次市政會議紀錄,臺中市政府研究發展考核委員會。2020/09/20,取自：
<https://www.rdec.taichung.gov.tw/media/157873/572011163040.pdf>

Mike Elgan (2018) ,Google Maps is the new social network. 來源：
<https://www.computerworld.com/article/3321932/google-maps-is-the-new-social-network.html> ,2019/12/10

析探國家協力治理角色在科學園區之研究： 以臺灣與俄羅斯為個案分析

Exploring the State Role of Collaborative Governance on Science Park Development: The Cases of Taiwan and Russia

顏良恭 Liang-Kung Yen

國立政治大學公共行政學系教授

Professor, Department of Public Administration, National ChengChi University

王振寰 Jenn-Hwan Wang

國立政治大學國家發展研究所教授

Professor, Graduate Institute of Development Studies, National ChengChi University

謝儲鍵 Chu-Chien Hsieh

國立臺中教育大學區域與社會發展學系助理教授(通訊作者)

Assistant professor, Department of Regional and Social Development, National Taichung University of Education (Corresponding author)

魏百谷 Bai-Ku Wei

國立政治大學俄羅斯研究所副教授

Associate Professor, Institute of Russian Studies, National ChengChi University

李酉潭 Yeau-Tarn Lee

國立政治大學國家發展研究所教授

Professor, Graduate Institute of Development Studies, National ChengChi University

本文初稿發表於 2015 年臺灣政治學會年會暨「民主與治理的挑戰」國際學術研討會(金門：國立金門大學·2015 年 11 月 14 -15 日)·感謝張四明教授對本文之指教·亦感謝二位匿名審查委員提供本論文許多寶貴建議。同時·感謝科技部臺俄雙邊研究計畫「科學園區在國家發展策略的角色：臺灣與俄羅斯的比較」(MOST 101-2923-H-004-001-MY3)經費支持·使本研究得以順利完成。唯文中若有任何缺失或疏漏·悉由作者負責。

析探國家協力治理角色在科學園區之研究：以臺灣與俄羅斯為個案分析

Exploring the State Role of Collaborative Governance on Science Park Development: The Cases of Taiwan and Russia

摘要

臺灣於 1980 年代，因政府計畫性地主導科技政策制定，大量聘請美國華裔科技人才返臺參與科學園區發展，因而成為全球科技創新的重鎮。俄羅斯則是具有豐厚的天然資源，卻也面臨創新產業轉型之困境。儘管政府積極制定相關政策，但因傳統國營企業掌控決策權力的局面，促使企業投資面臨政策執行的困難。臺灣的發展脈絡係從新竹、臺中、臺南等地區凝結的群聚優勢，串起了高度創新的產業鏈效應。透過大學、研發機構與企業等機構形成強大穩固的產業網絡，成功執行科技政策與技術的研發應用，而政府也從主導轉為輔助的角色。俄羅斯則是擁有深厚的基礎科學，以及自然資源之優勢，過去主要是向「北京中關村」學習創新科技策略，而中關村的發展模式則是以臺灣模式為典範。近年來，俄羅斯政府雖積極發展科技創新園區，卻面臨著中央與地方政府步調不一、吸引國外科技廠商之政策制定緩不濟急，以及政策網絡的整合混亂等困境，導致科技產業的成效不如預期，許多跨國企業也陸續撤資。本研究以 Klochikhin 提出的五大治理指標為架構，探討跨面向的協力治理角色，包括知識流動與制度發展、研究與教育能力、群聚與網絡、工業與企業成長、區域擴散與生產創新等構面。本研究透經由訪談後發現：一、國營企業扮演影響政策制定的角色，並在避免依賴政府的保護政策下形成科技創新政策的受益者，而中小型創新企業則呈現邊陲化的現象；二、當民間研發學術能量不足時，政府主導科技的途徑將不利於由下而上的創新政策的執行；三、地方政府若能發揮課責的角色，將會影響國際投資的程度；四、政府權力的分享，是影響創新科技的發展與規模的因素；五、地理區位的侷限性，是導致政府無法有效進行跨部門協力之因素。

關鍵字：協力治理、科學園區、科技創新、政策網絡

Abstract

Since the 1980s a large number of technology professionals of ethnic Chinese in the United States returned from Silicon Valley being employed in Taiwan in order to enhance the development of technology innovation. Through governmental strategic plan of national development, Taiwan becomes the world's center of scientific and technological research and innovation. The impressive technological achievements are not only from the governmental efforts, but also from the policy network within which the stakeholders interacted and collaborated intensively. Taiwan has set up Hsinchu, Taichung, Tainan, NeiHu and Nankang science parks which have made highly intensive innovation industries develop the cluster effects. The parks, universities, industrial technology research institute, enterprises, as well as international investors constituted a powerful and entrepreneur network that the stakeholders promoted successful implementation of technology policy and R&D application. On the other side, with the inherent advantages of natural resources, Russia recently expected to carry out industrial restructuring. However, Russia has confronted the difficulties of technology transformation limited by national scientific and technological policy, even the central government learned innovation strategies from Zhongguancun experience in Beijing. During recent years, we found that cross-sector coordination between federal and local governments is out of step. In particular, the real phenomenon of attracting foreign technology investment in Russia is quite slow. These factors led to the ineffectiveness results in developing science and technology parks. The main findings of this study are: First, Russia's state-owned enterprises which relied on heavily governmental protection policies, that median and small innovative enterprises grow into the peripheral position in the network; In addition, government-led policies cannot take the advantage on bottom-up implementation; Third, the local governmental accountability is the key factor to influence the result of foreign investment; Forth, the power-sharing from public sectors influenced the development and scale of innovative technology; Finally, the remote location of innovation parks restricted the development of cross-sector collaboration.

Keywords: Science park, technology innovation, policy network, collaborative governance

壹、前言及研究背景

臺灣從1970年代末經濟建設開始，政府主導推動國家經濟政策。其中重要的發展項目便是對於科學園區的規劃與建設，並於1980年代廣納美國矽谷的科技研究人才回國，協助建立科學園區的基礎，成為現今臺灣作為世界創新科技重鎮的利基。臺灣政府以引進國外技術人才，帶動國內傳統產業之創新轉型，激勵傳統工業技術升級為目標，透過科技創新途徑，以科技群集產業做為發展模式，期望達到吸引高科技產業投資之策略目標，成功為臺灣高科技產業塑造國際競爭優勢，並帶動產業升級與經濟發展(王振寰，2004、2010；蘇偉業，2009；王振寰、蔡青蓉，2008)。科技創新除了在產業技術研發、產業聚落的形成具有重要貢獻外，在地區性(地方)的發展、文化提升等面向也具有高度的效益。尤其，臺灣將新竹科學園區成功的經驗複製至臺中與臺南，而開發嶄新的科技領域(光電、太陽能、精密機械、生物科技)。現今，臺灣在北、中、南等五個科技、軟體園區，各自形成一個「群聚」(cluster)網絡，成功帶動各區域產業的發展，並形成一條西部產業串連的「鏈帶」(chain)。以最早成立的新竹科學園區為例，屬於綜合產業園區。當初僅以全面性的科技創新與生產為目標；而南部科學園區在新竹科學園區成功發展後，將定位聚焦於「光電、生物科技」產業；中部科學園區則為「精密機械」中心；南港科學園區為「軟體科技」為主；內湖科技園區則為「生物科技產業」。這些具特色的園區，各自形成一個高度密集、群聚的科技圈(technological circle)。透過科學園區的發展，可透視政府在發展高科技產業的角色與策略(蘇偉業，2009)。產業群聚的效應，搭配科學園區周邊優秀的高等教育學府，以及研究單位，成為一個資源相互分享的學習圈(learning circle)，並形成產業間良性競爭與合作的關係。也因為如此，臺灣科技創新政策，吸引「北京中關村」科技園區前來仿效。因此，「中關村」園區便是在學習、模仿新竹科學園區後，快速崛起的東亞科技創新中心與研發重鎮。

對於促使科技產業邁向快速與創新的型態，須依賴大量政府在財政上的支持，包含創投資本(venture capital)投入到科技產業中(王振寰，2010)。同時，國家(state)必須轉換成一個創新平臺的橋樑(brokerage)角色(，為「投資者」與「創新者」建立並連結一套完善的金融制度，促使人才和資本的整合。因此，科學園區並非各自為破碎的個體，而是透過公私合夥與協力、府際治理(inter-governmental)、跨部門治理等策略，讓資源有效的水平結合，才能使科學園區結合研發、企業、金融，以及人才等各方條件，有效發展科技創新。

俄羅斯，過去極度依賴天然資源，並作為經濟開發的重要工具(Radosevic, 2003; OECD, 2011)。然而，在面臨資源匱乏、傳統工業技術與生產無法符合創新應用及競爭的困境下，也思考著產業轉型的可能。俄羅斯過去高度仰賴的傳統產業，大多是依靠國家支持的「國營企業」(public-owned enterprises)，從政府端獲得穩定大量的補助並占據國家經濟壟斷的位置，但卻可能走上腐敗之困境(OECD, 2011; Klochikhin, 2013b)。對國營企業而言，改變的風險可能性大於保守的效益。只是，俄羅斯政府也認知到傳統產業與工業轉型的必要。自普亭(Putin)上任以來，便積極發展創新中心(innovation centres)。Klochikhin(2013a)認為俄羅斯創新最大問題，便是強勢政府所導致的「政府失靈」(government failures)與對傳統工業的「路徑依賴」，阻撓有效重建的執行。促使大學轉型成為研究機構的困境、提升國營企業的生產創新，進而建構有效率的科學園區。目前俄羅斯共有五個主要創新園區，包括莫斯科州「杜布納」(Dubna)科學園區，以資訊、奈米、生化科技與核能科技為主；莫斯科市「澤雷納格勒」(Zelenograd)科學園區，以微電子、奈米電子、有機電子、節能科技及再生能源、資通訊技術為主；聖彼得堡(St. Petersburg)科學園區，以資訊科技、醫療科技、奈米科技與精密儀器為主；托木斯科(Tomsk)科學園區，以生物科技、資訊科技、精密儀器與奈米科技為主要發展項目；而最新成立的則是「斯科爾科沃」(Skolkovo)科學園區，已與中國大陸政府簽訂《中關村管委會與俄羅斯新技術研發與產業化中心發展基金會(斯科爾科沃基金會)合作框架協議》，達成雙邊合作協議，並到「北京中關村」發展科技「育成中心」(incubator)和「研發中心」之建設，計畫開展生醫、資訊科技、能源、新能源等領域(劉娟，2012)。

比較臺灣與俄羅斯政策發展的基礎，可發現臺灣的研發人才大多自行培養，再網羅歐美學成歸國之高階研發人員。政府的角色為「資源與基礎設施的提供者」，並支持「中小企業」(Median & Small Enterprises, MSEs)的成立，給予研發經費的補助；而目前被俄羅斯政府所重視的斯科爾科沃科學園區，則有50%的人員不是俄羅斯本土人才(OECD, 2011)。因此，教育體系與科技人才培養的連結，以及教育策略的擬定，是政府必須思考的問題。OECD的研究指出俄羅斯教育的問題，是政府投入創新科技之教育經費，與大學推廣創新的人才之間連結的不足(OECD, 2011)。許多研發人才仍是前蘇聯時代，以傳統工業及天然資源為研究產業的研究人員，新一代的創新科技人才卻出現斷層。同時俄羅斯國內的企業，在創新科技的投資比例也過少，只依賴「國外直接投資」(foreign direct investment, FDI)。此外，國外企業進入俄羅斯投資後，地方政府卻沒有提供完善的基礎建設與資源，導致國外企業又紛紛退出俄羅斯。綜上所知，針對科學園區的發展，臺灣政府扮演的是「資源、資金的提供者，政策制定一條鞭，以及「產官學」合作的推動。希盼探索俄羅斯「政府」與其他行動者的互動與角色，了解政策體制所支持的教育投資及企業投入之成果。同時，也探究跨部門組織在科技政策下的群聚效應、產業擴散，對於科技創新之影響結果。

貳、文獻探討

一、協力治理

「協力」(collaboration)概念源於社會學理論，其焦點在於關注社會結構及人際互動，並探討群體關係的脈絡(Powell, 1990; Pfeffer & Salanick, 1978)。而在公共行政領域則關心「組織」的互動網絡，探討「回應性」與「課責性」的程度(O'Leary, Gazley, McGuire & Bingham, 2009; Ansell & Gash, 2008; Bryson, Crosby & Stone, 2006)。此外，社會學家認為產業中的「市場」涵義可用「地理空間」的概念來解釋，市場在互動過程中具有異質性的脈絡，並存在著競爭(competition)、合作(collaboration)及互惠性(reciprocity)。

協力也是一種廣義的網絡(network)概念，彼此並非皆為結合的形式。協力的特徵包括：(一)參與者間具有強烈且緊密的連結性(二)涉及不同部門的組織(公部門、私部門及非政府組織)；(三)成員在組織中是長期的活動；(四)運作的過程有正式的形態；(五)透明化，鼓勵其他公民或公共組織涉入(Vigoda, 2002, p. 101)。協力不只建立在組織內部，更在跨組織(inter-organizational)產生影響力(Baker, 1990)。而競爭合作關係就如企業間相互參股(joint-stock)、橫向或垂直的生產整合系統，或不同企業之間組成策略聯盟。企業間、企業與政府間，建立了政策網絡(policy network)以影響政府的經濟政策。大部分企業在市場活動中並非追求競爭，而是透過建立網絡來達到壟斷及穩定性。

在組織的協力運作中，透過結構鑲嵌性(embeddedness)，可觀察夥伴之間積極的互動，促使社會機制的協調(Jones, Hesterly & Borgatti, 1997; Ring & Van de Ven, 1994)。網絡或協力的形成並不會自發性的被他者所關注，「局內人」與「局外人」被視為組織中的個體，不是一個官僚結構，如社會網絡中常提到的政策事件內的行動者。然而，了解與互動的前提是建立信任。「信任」關係被描述為協力的重要基礎，因為信任涵蓋了人際間行為、組織信心、期待的表現等(Chen & Graddy, 2005; Human & Provan, 2000)。然而，由於組織網絡成員是競爭的情況，組織間不僅是正向協力的治理關係，仍涉及複雜的多部門協力(Friedland & Alford, 1991; Thornton & Ocasio, 1999)。當然，將協力置於科技政策中來看，蔡偉銑(2014)認為公部門雖然透過科學園區政策來促進進臺灣IC與光電產業發展，卻無法確認期間的關係。尤其，中科與南科的發展及地方政府的參與，是不同於竹科由中央政府技術官僚所主導的模式(周素卿，1998)。

綜上所述，科學園區的協力治理發展不僅是行動者的連結，更是涵蓋了多元行動者的參與及課責。王振寰(1999)提出「學習型區域」(learning regions)概念，解釋多邊合作與整合過程。他認為有關區域網絡與創新活動間關係的論點，成為創新環境、學習型經濟、學習型區域或國家創新體系的起源。「區域創新」需要長期的知識和經驗累積才能成為常規化的隱形知識，並透過企業之間的網絡建立「信任」關係，累積社會資本(social capital)。企業透過跨組織合作，彼此溝通學習的過程而達到相互回饋的功能，並建立互信的效益。而創新的本質就是促成學習與創新的社會制度之重要基礎，其中包含與大學研究機構的強化學習、與人員及資訊的交流、企業之間的溝通合作等，透過信任建立學習型區域。社會資本是社會集體所建構的基礎，透過網絡、規範與信任，強化合作協調以獲取共同利益(王振寰，2004)。

二、臺灣科學園區政策發展

新竹科學園區與美國矽谷(Silicon Valley)科技網絡的人才、資訊、技術、資金與教育的連結，是臺灣科技產業起飛的重要因素，也是一個時代下特別的國際政治經濟關係之結果。臺灣科學園區連結(ties)始於臺灣與美國的研究人才網絡，透過早期臺灣學生赴美留學及工作所累積的經驗與技術，再帶回應用於科技創新的發展。而人才回流，除了帶回技術及管理經驗外，也將臺灣與美國科技社群更加緊密得連結，促使臺灣優先取得美國釋出的產業技術。同時，回流人才除了成為現今許多大型創業者外，也促使他們對政府的菁英官僚或顧問，給予決策上的專業建議(王振寰，2010；蘇偉業，2009)。

除了海歸人才的貢獻外，政府對於科學園區內、外部與企業間網絡的互動，不僅是垂直管理，也進行水平的互動(Chou, 2007；Hu, 2008)。由於工業結構的進化、區位聚落的選擇模式，政府扮演重要的角色。而地理區位的群聚，更突顯政府選擇新竹作為科學園區的成功，形成高度的群聚效應。尤其以積體電路產業為指標，從上游的IC電路設計、中游的晶圓製造到下游的封裝測試，塑造出完整的產品供應鏈(王盈志，2008)。如果更細微分析新竹科學園區產業特徵，則可以觀察到園區內上下游產業間關係的緊密程度。再者，產業所研發的技術，其附加價值的強大生產力，具一定程度的規模經濟，形成不同的企業區隔。最後，因產業密集度很大，加速企業的學習、交流及資源共享，達到相互學習的效益(楊丁元、陳慧玲，1996)。新竹科學園區是強競爭的學習型區域，競爭力來自於資源、人力、技術和制度的互相加強而形成綜效(synergy)效應。其創新技術具有高度的知識性與非標準化，這種優勢乃內化於區域，而無法輕易被取代(王振寰、高士欽，2000)。新竹科學園區周邊所形成強大的生產網絡、專業知識、鄰近學術研究機構，以非

正式的管道，形成緊密的聚集經濟。

而臺灣中南部的科學園區，則仿效新竹科學園區模式，以產業的聚集形成群聚效應；南部園區的正面效益與模式，則是再次帶動中部園區的發展與仿效。然而，群聚是否必然帶來正向的外溢效益呢？以地理群聚概念而言，並不足以促進創新的提升(蘇偉業，2009)。因為企業的過度鄰近性(*proximity*)，可能導致產業的鎖定效果(*lock-in effect*)，且同質性的企業可能欠缺創意，因此群聚並不一定會帶來益處。同質性太高的企業群，可能比不上有關聯性但存在異質性的企業的聚集模式。不過，企業間若完全沒有相關性亦無法帶來正面效果(蘇偉業，2009)。

而臺灣與北京中關村發展的情況有何差異呢？新竹科學園區的成立是立基於引進全球資訊通訊科技生產的網絡，並且從地方得到強大的支持，地方政府的清楚定位，並具備對運作的課責性。包括在協力夥伴關係下，公私部門領導者的互動與運作；政策推動的資訊公開與透明；地方夥伴的合作或順從(林水波、李長晏，2005，頁77)；而北京園區在整體科技的建立則較不清楚，地方政府缺少對科技的學習與升級能力，以及提供系統的支持(Wang, 2009)。因此，地方政府思考以「市場交換科技」(*market-for-technology*)的策略，成為企業學習技術的可能途徑。以中國大陸學習臺灣科技創新技術與概念為例，中國大陸以市場作為誘因，吸引臺灣企業西進，而快速學習創新技術與應用。地方與中央政府角色的連結，在科技產業的發展甚為重要，尤其在資源支持、預算分配等層面，更影響資金投入的關鍵。儘管臺灣與中國大陸在地方政府治理上有所相異。但中央給予地方的權利及資源的提供，皆具開放授權的模式。

臺灣創新科技產業的發展，以半導體為例，中央與地方政府皆扮演了關鍵性的角色(張維安、高承恕，2001)。因臺灣大部分企業內部的研發能力並不足夠，需要依靠政府的投入，再移轉技術給企業。當然，政府對科學園區的支援有許多類型，包括政府直接撥款營運、政府補助、減稅誘因及低利息的貸款(蘇偉業，2009)。由此可知，政府在科學園區的運作扮演顯著重要的位置。以臺灣與韓國當年皆為發展中國家，但兩國的發展模式並不相同。韓國主要以大型財團支持，作為科技產業的主要行動者。透過大量資金投入，並快速仿效學習技術並創新(王振寰、蔡青蓉，2008)；臺灣則以中小企業為主，規模不大，主要依賴外部經濟的途徑。透過政府從旁協助、海外人才歸國，以低階代工生產出發，再提升至中高階的創新研發的途徑，以產業網絡達到科技產業的提升。無論哪種途徑，科技產業重視的是最後衍生出來的效益結果(Hu, 2008)。以企業聚集的空間鄰近性而言，新竹與臺南科學園區提升了高科技人才與專業的網絡，促進產業創新。

瞿宛文、安士敦(2003)在「超越後進發展：臺灣的產業升級策略」一書中提到：「後進國家建立基礎工業經濟之後，已經無法以低廉工資、出口導向或是國家干

預等策略取勝，重要的是透過產業升級來持續在世界的市場上競爭」。由於臺灣的電子產業仍依賴進口的零組件，因此市場競爭的網絡必須由政府支持，制定相關政策，並提供第二波發展的企業更多產業升級與轉型的支持。王振寰(2004)對瞿宛文所提出的論點加以回應：「臺灣在發展科技產業時，與國家機器的介入和領導網絡有密切關聯。過去是以『國營企業』和『進口替代』途徑；今則以公立研究機構的衍生公司和科學園區，來促進進口替代。政府部門承擔培育高科技創新公司，以及加強臺灣科技能力的責任。」因此，儘管市場自由化，政府仍在促進關鍵零組件的進口替代上扮演重要角色。而新創立的中小企業，則圍繞在大企業周圍形成網絡依附關係，是另一個創新途徑的思維。

三、俄羅斯創新政策發展

蘇聯解體後，俄羅斯第一個科學園區 - 「托木斯科」(以下簡稱 Tomsk)在 1990 年誕生。爾後因政府主導政策，科學園區便迅速擴展。至 1990 年底已經有 2 個科學園區，自 1991 年發展至今已成立超過 80 個科學園區，主要是依附鄰近大學院校而建立。然而，在實際運作的評估中，具有品質的科學園區卻不多。因此在 2000 年後制定了相關評審制度，管理其中約 30 個園區，而僅有 10 多個科學園區是合乎國際標準。其中，科學園區品質評估的指標涵蓋：科學園區與大學間的合作關係、學生參與的程度、建立的數量以及科技企業在其中發展的程度、該地區的對外吸引力指數、科學園區中企業及就業人口數等。對科技創新領域，俄羅斯政府目標轉換從「簡單的公共事務研究」，到完全創新系統的「現代化與重新配置」。「國家科學研究所(National Institute of Science, 以下簡稱 NIS)」是目前俄羅斯最成功的研發組織，雖具備廣泛的經濟科技環境，仍面臨以下挑戰(OECD, 2011, pp. 181-183)：

(一)研發經費過度依賴公部門預算

政府研究機構是主要的中心者，而私人部門，包括國外企業與高等教育是次要的角色，亦即仍是由政府主導，不夠彈性化與扁平化。產業與科學之間的弱連帶(weak ties)¹反映出產業需求與能力的缺乏；在轉換科技與知識過程中，也缺乏適當的誘因與制度架構。

¹ 弱連帶意指人際之間的互動關係，不只涉及直接生活與工作上的個人及組織，也可能是過去的老同學、朋友或親友。透過這樣的關係建立人脈，促成合作關係。

(二)早期的制度徹底轉換

俄羅斯在經濟層面的發展軌跡與其他新興經濟國家有很大的差異，例如中國大陸在國家創新體系(National Innovation System, NIS)的雙重性，兼具政治/社會網絡與市場導向機制。俄羅斯希冀以社會與政治網絡為基礎進行經濟資源的分配，提升市場導向機制。但昂貴的勞工、惡劣的氣候與行政阻礙(政府介入)，都是俄羅斯無法仿效中國大陸，成為廉價生產的發展原因。目前俄羅斯雖然擁有領土、科學、基礎科技與工業中心點(nodes)的優勢，卻仍停滯不前，主要因生產力與創新力低落的大型國營企業，介入政策的制定與執行。

(三)「集權性」(centralization)與「分散性」(fragmentation)是俄羅斯政策制定與執行的限制，由上至下(top-down)與集權主義政策並未帶來更多優勢

資金分散、領航機制(steering mechanism)與傳統產業的堅持，給予保守的研究機構更巨大的決策權。儘管過去二十年的重構，國營企業研發進程在品質、教育與市場導向生產等層面，仍處於高度的異質性。這意味國家資源分配的不均，少數保守研究單位仍掌握多數資源，導致創新的停滯。俄羅斯科技體系最主要的劣勢是腐敗與裙帶關係(Nepotism)，被任用的菁英可以接近擁有科學政策權力的政治領導人(Klochikhin, 2012)。而解決裙帶關係，唯一辦法就是建立「科學家辦公室」(Office of Chief Scientist)。從科學社群中選擇領導者，而不是由政府任用親近的部屬進而形成裙帶關係。

以近年快速發展的托木斯科園區為例，由於位處俄羅斯偏遠的遠東地區(西伯利亞)，不只面對區位的高度競爭，同時面臨資源的缺乏。尤其在高等教育與創新科技的連結，有以下問題(鄒秀婷，2012)：

(一)科學研究和教育投入不足

當科研與教育機構重視當地的科技創新發展時，就會努力促進在地的創新發展。希望他們可以提供本地企業最新科研成果，藉此鼓勵為企業解決技術難題。然而，聯邦預算對此區的科研的預算大幅減少。

(二)政府忽略西伯利亞的職業教育

西伯利亞教育潛力與其人口和成年居民所佔比例有密切相關性，西伯利亞的職業教育在很多方面還受制於過去的計劃經濟、生產力之影響，尤其大型高科技生產企業和國家科學中心分布的影響。西伯利亞教育水準實際上與俄羅斯整體的教育水平不相上下。新西伯利亞州和托木斯科州在 2000 年，仍排名在全俄羅斯智力發展潛力比較前五名。俄羅斯過去對於傳統產業的路徑依賴，導致雖然俄羅斯 8

個聯邦及 29 個國家研究大學，並將 240 億盧布(美金 8 億)分配到最好的學校，提供轉型(Klochikhin, 2012)。然而，俄羅斯大學只有 12%的老師被歸類為研究者，6-7%研發預算被分配到教育部門(Cooper, 2010)。

OECD(2009)報告書中提出高度集中市場在俄羅斯所佔的比例自 2001-2007 年由 43%增加至 47%，此數據較 OECD 國家高出許多，也顯示俄羅斯產品市場高度集中在國內消費需求上。此外，創新的資金與風險融資在俄羅斯是較為缺乏的，部分原因是「創投資本」(venture capital)的消失。而俄羅斯的風險資本市場的發展，仍受到整體金融市場不發達的阻礙。訪談中了解到，俄羅斯政府想要透過航空結合醫療，發展其科技創新產業，並集中專業人士於園區內，只是其成效並未特別顯著。

在創新能力層面，俄羅斯對創新產品的需求不足，是限制創新發展的主要障礙。儘管有豐富的石油能源，但價格仍高。雖使俄羅斯企業賺取大量外匯，但也抑制了對能源創新的動力。尤其俄羅斯不斷提升能源的輸出，是經濟衰敗最大的主因(Easterly & Fischer, 1994; Nordhaus & Hewett, 1990)。以國內市場而言，俄羅斯商業和投資環境不佳，特別是競爭不足，而抑制了創新突破。國營大型企業依靠壟斷地位，優先獲取銀行貸款，致中小企業生存和發展空間被擠壓。而人才培育上，優秀科技人才流失嚴重；官僚主義和腐敗也限制了創新發展的活力。特別是，西伯利亞聯邦區用於科技創新的費用與俄羅斯其他科技發達地區相比很低(鄒秀婷，2012)。

俄羅斯科技發展遭遇另個政治問題便是「腐敗」與「裙帶關係」，其導致了研究機構的執行者被授予特別權力，因為其可接近政治決策的場域的情況而形成決策小王國的現象(Suttmeier, 1985, p. 53; Balzer, 1989; Fortescue, 1990)。即便中國大陸與俄羅斯皆被認為是共產主義國家的代表，在科技創新上的假設是兩者具有相似的途徑可互相參考。然而，中國大陸透過三個途徑解決俄羅斯面臨的困境，包括透過大規模國家計畫、已開發市場的互動學習，將新科技創投國際化(Chen & Holmes, 2006)，以及大型西方企業的研發中心彌補知識外流人口(Cao, 2004)。

俄羅斯中央政府在決定科技優先順序扮演主導角色，尤其在 2004 年行政體系再次重建後更為明顯。與政治體系接近的中國大陸相比，中國大陸在中心與區域權威的協調上，比俄羅斯更為鬆綁、更自主，並留給地方政府權力(Breznitz & Murphree, 2011; Sigurdson, 2005)。儘管俄羅斯於 2000 年已制定聯邦計畫，支持核能科技、全球導航衛星系統、奈米科技等科技創新。然而，科技創新政策制定過程的不透明，導致政策效益不彰。例如俄羅斯教育部與科技部，常身兼科技創新政策的主要設計者、執行者與科技創新控制者(Dementyev, 2009)。另外，財政市場與主要投資銀行及私人企業雖然開放競爭。但政府將資本城市轉為國際財政

中心的策略，仍然採取高度管制策略，給予投資部門過多壓力，而不易承受額外高度創新的風險。再來，公共採購與國家預算，已被認為是嚴重的壟斷腐敗。科學家鮮明的立場導致壟斷與裙帶關係。最後，Rusnano 財團集中主導奈米科技，獨自支持國外許多合作計劃，也導致產業的壟斷(Klochikhin, 2013b)。

綜上可知，政府在科技政策的場域中可能扮演著主動、被動、干預、輔佐等相異的功能。對於創新科技政策的制定與執行，更是屬於跨政府層級的協力合作議題。臺灣主要是由政府輔佐協助進行政策的執行，而俄羅斯則是政府扮演較多介入的主導角色。另外，臺灣的地方政府擁有權力決定、選擇創新科技的發展策略，而俄羅斯則是呈現以中央政府為中心的領導局面。因此，行動者在不同面向的互動與角色，以及跨部門的協力合作，便為本文所欲探討的問題。

參、研究問題與方法

臺灣成功發展科學園區的經驗，從文獻中可以清楚地觀察其發展雛型及優勢，包括政府主導、教育投入、產業群集效應與基礎設施等層面。進而，中國大陸也前來學習臺灣的發展模式，最終在北京中關村建立了最大的科技園區。然而，俄羅斯過去引以為豪的傳統科技產業與深厚的學術研究基礎，在普汀大力推展，並協助傳統產業轉型的政策下，其發展模式與行動者的協力合作情況，與臺灣有何異同。俄羅斯在創新園區成立更早之前，曾經學習北京中關村之創新園區之發展模式。然而，近年來對於俄羅斯科技創新園區的研究發現，俄羅斯在創新政策上，似乎還未走出清楚明確的方向。而國家角色在科技政策上，也尚未串起一個完整的協力合作網絡，無法扮演一個主要網絡中心者的角色(OECD, 2011)。因此，本研究的研究問題如下：

- 一、臺灣與俄羅斯在科技創新政策中，政府、企業與教育機構所扮演的角色為何？是否在科技發展上面臨困境？
- 二、臺灣與俄羅斯在國家協力治理網絡中，在制度、教育、群聚、企業、擴散與創新等面向的異同性為何？

本研究透過二手文獻分析以及田野調查訪談所得資料，進行俄羅斯與臺灣科技創新政策之分析。赴俄羅斯田野調查單位如下(表 1)

表 1 俄羅斯訪談組織表

	代號	單位
科學園區	A1	Technopark Zelenograd and National Research University of Electronic Technology (MIET)
	A2	Lomonosov Moscow State University Science Park
	A3	Skolkovo Innovation Center
學術單位	B1	Department of Political Science, Russian Institute of International Relations and Affairs(國際關係事務學院)
	B2	Institute of Far Eastern Studies, Russian Academy of Science(俄羅斯科學院遠東研究所)
	B3	Physics Instrumentation Center, General Physics Institute (Russian Academy of Science)(俄羅斯科學研究院)
政府部門	C1	Representative Office in Moscow for the Taipei-Moscow Economic and Cultural Coordination Commission (駐莫斯科代表處經濟組及科技組)
	C2	Moscow Children's Hospital (莫斯科國家兒童醫院)
	C3	Russian Space Center(俄羅斯太空總署)

透過文獻檢閱，我們大致上可歸納學者在探討科技政策問題的觀點，大致有以下幾個面向可加以討論，例如：政府權威、學術教育、群聚效益與國外投資等面向。本研究之架構(如圖 1 所示)則是建立在政府、企業與教育機構之間的互動與扮演角色，期望了解俄羅斯與臺灣兩個國家在創新科技政策的發展現況，並透過 Klochikhin(2013a)所提出國家政策創新評估指標的五大面向進行網絡協力關係之討論，包括知識流動與制度發展(knowledge flows and institutional development)、研究與教育能力(research and education capabilities)、群聚與網絡(clusters and networks)、工業與企業成長(industrial and enterprise growth;)、區域擴散(regional spread)與生產創新(product innovation)等，探討促使國家科技發展成效成敗之因素。臺灣對於科學園區的發展主要採取政府、企業及教育機構三方協力且具平權的合作，政府部門扮演一個輔佐的角色。而俄羅斯雖然在推動科技政策時，也涵蓋三方行動者參與其中，只是政府以較為主導的位置來影響政策的制定與執行。因此，本文欲了解在這樣兩個不同模式的發展下，國家在政策治理的角色對於科學園區發展效益是否具有影響力。

析探國家協力治理角色在科學園區之研究：以臺灣與俄羅斯為個案分析

Exploring the State Role of Collaborative Governance on Science Park Development: The Cases of Taiwan and Russia

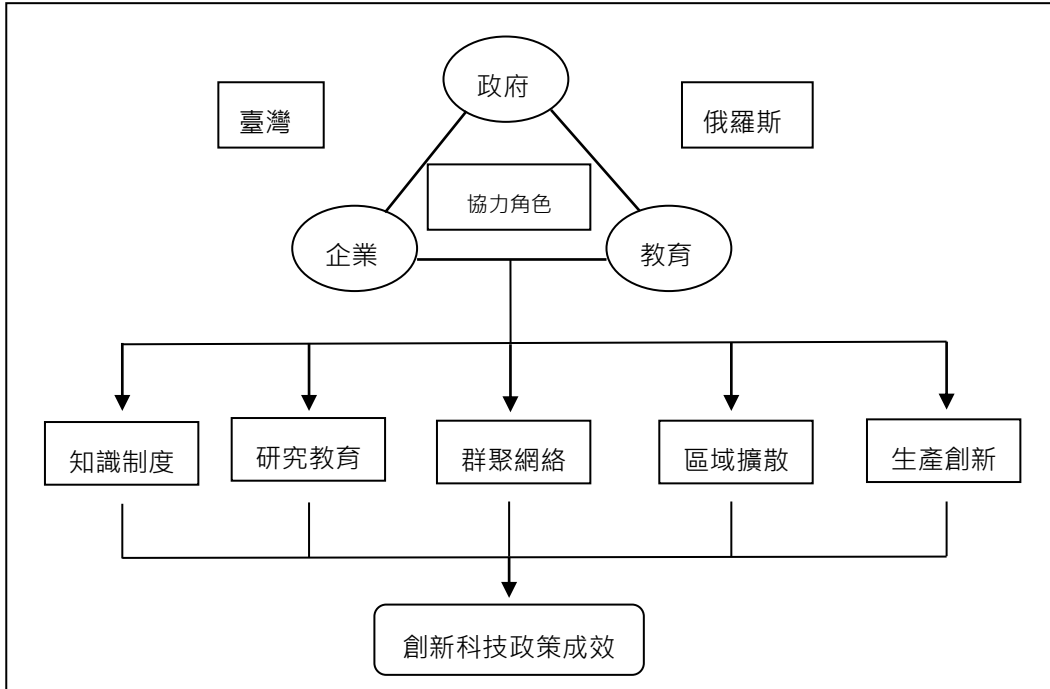


圖 1 研究架構圖

(資料來源：研究者自繪)

肆、研究分析

一、知識流動與制度發展

臺灣科技發展是促使大學轉型成為研究機構的挑戰，因為必須提升國營企業的生產力，建構有效率的科學園區、促進在地創新、確保創新發展跨區域分布、改善智慧財產權保護。根據 1979 年所頒佈的《科學工業園區設置管理條例》，1980 年透過行政院國家科學委員會(National Science Council，以下簡稱 NSC)在新竹設立臺灣第一個科學園區後。陸續，政府依照新竹科學園區的建立模式，在北中南各地也因應產業擴展與升級的需求，透過串聯「北部積體電路、中部精密機械、南部光電」的政策，打造產業群聚的科學園區型態。政府除了主導科學園區的發展外，因應產業競爭力提供獎勵措施，更為了解決專業

人才與資源問題，與國防部共同制定科技人才申請國防役，以供應企業對人力資源之需求。

目前臺灣高科技產業的研究發展是以三個主要科學園區，向外擴展高科技產業，並以研發為主、量產為輔。透過先進的科技產業，形成一個境外保稅特區(張璠、張吉宏, 1997)，提供單一窗口的服務。而政府對於人才的培育、研究發展等鼓勵策略，便是透過投資抵減措施，減免年度應納營利事業所得稅額。以「研究與發展」政策而言，企業在技術、生產與製程的改善所支出的費用，可以在同一課稅年度內按 30% 抵減應納營利所得稅額；而企業培育員工之訓練費，也可在營利事業所得稅額減免 30% 等優惠政策。綜上可知，臺灣在創新政策上，給予企業、教育一套完善的建設體制。

就臺灣與俄羅斯雙方的科技發展體制上而言，臺灣較偏重應用科技，而俄羅斯仍以傳統天然資源作為經濟轉型與發展的重點。俄羅斯在高科技的產學合作處於斷層的困境，由於教育資源的投入過少，學術研究以傳統研發人員為主。因俄羅斯以國營企業為主，造成企業科技創新的能力不足，而大學教育與科技創新應用也無法有效連結。其中，俄羅斯近年來學習中國大陸的科學園區發展策略，但由於俄羅斯的人口結構出現中間世代的斷層。此外，在人才資源與勞工素質上都沒有大陸強大，因此發展高科技研發具有一定的困難。而過去俄羅斯引以為傲的基礎科學之轉型，以及特別經濟區(special economic zones, SEZ)的設立。但因地理空間過於分散，地方政府的基礎設施，在未完成準備工作前便進行運作，皆成為俄羅斯目前發展創新科技的困境。相對而言，臺灣在 1980 年代初始階段便是由國家來主導科技政策，並由地方積極建設基礎設施，促使企業進入科學園區時具有一定的配套基礎。俄羅斯地方政府在基礎設施並未完全建設完全下，加上部分園區之地理位置偏遠，不利於企業投資之成本考量。

俄羅斯政府對於創新園區的介入，包括成立「經濟現代化和創新發展理事會」(Council for Economic Modernization and Innovative Development)，此係俄羅斯普汀(Putin)總統所設立的 16 個總統理事會(presidential councils)之一。此外，此組織其前身係由梅德韋傑夫(Medvedev)總統所設立的「現代化暨俄羅斯經濟的技術發展總統委員會(The Presidential Commission for the Modernization and Technological Development of Russian Economy)」，主要建構俄羅斯國家創新基礎設施，協助總統形成上位政策架構，並落實總統的政治意向(黃仿玉, 2012)。然而，OECD(2011)認為俄羅斯政府的過度干預與介入，將導致創新體系的阻礙。對於創新體系的國際化，俄羅斯目前的框架已經限制了網絡連結與全球市場環境之企業學習機制互動的形成效益(Edquist, 1997; Carlsson, 2006)。「因地方政府自主性高，所以普汀又回復了大政府局面，市場不自由。原先是半自由，但現在國營企業又回復。他們相信政府可以做事情，造成自由派反彈。特別經濟區，屬於經濟發展部。在俄羅斯沒有像國科會這樣的單一窗口組織，其首長任命，一半是地方政府出錢，所以地方勢力的角力也是影響科技發展的重要因素，造成封閉的困境(B1)」。

俄羅斯在 2012 年建立了「願景研究基金會」(Foundation of Prospective Research)，進行長期的研發工作。此組織的角色不同於科技委員會，重點在於應用議題上。此外，對於 Skolkovo 的國防創新中心，基金會也負責連結高科技國防領域的顯著落差。並透過這樣的協助過程，告知在國防科技優先性上的領導，以及分析科技的劣勢(Adamsky, 2014)。基金會被視為是過度官僚化的組織，有許多資深管理者與不必要的上對下的「命令鏈」(chain of command)，大量的管理者、建議者可能會使得其組織彈性、科技嚴謹性與未來創新性下降。除了垂直的結構外，俄羅斯總統處於組織的最頂端，而基金會則缺少行政的權力，被視為是其問題與劣勢。俄羅斯政府對於科技政策，不斷的介入其中，主導其發展是主要的困境與問題(Adamsky, 2014, pp. 6-8)。

二、研究與教育能力

臺灣高等教育與國外技術人才的回流相互連結，造就了臺灣居於世界科技領先地位的重要關鍵。從 1980 年代，臺灣經濟起飛的同時，也預測到產業轉型的必要。當時，「行政院」是主要負責推動臺灣科技產業與科學園區的推手，並制定產業與教育、研究等多元連結的前瞻政策。優秀的人才與人力資源對於發展附加價值高的科技產業扮演重要角色，而高品質的研發人員便是依賴科學園區周圍之頂尖大學而生，促進研發結盟並吸引廠商之聚集。以新竹科學園區為例，「清華大學」、「交通大學」，以及工業技術研究院等頂尖理工大學與研究單位，協助了國內外的研發合作計畫，且畢業後直接立即投入就業市場中。而企業與一流大學建立的產學合作機制、育成中心，以及開發技術的合作專案，更是促進企業與學術機構合作的重要途徑。企業從中取得研發技術的直接使用權，也加速大學教育與產業的連結(C1)。臺灣政府在能源相關研究經費則在四年內由每年 50 億元倍增至 100 億元，並提升捐助財團法人科技研究，包括：(一)國家實驗研究院計畫；(二)國家同步輻射研究中心計畫，共同針對前瞻科技資訊、太空科技發展、奈米電子與系統科技、開拓奈米科學及生物醫學等研究(國家發展委員會 2010)。簡楨富等(2013: 241)指出目前教育部鼓勵各大學與國家級實驗室進行合作，提供獎學金及學程建立。例如中央研究院、國家衛生研究院及國家同步輻射研究中心等單位，分別藉著國際研究生學程、結構生物學程、先進光源科技學程及加速器光源科技應用學程，並增加產業界的實習與產學合作專案機會。根據主導產業所推估，臺灣經濟部技術處年度研發補助企業大約有 50-60 億(年度預算約 200 億，約占 25%)；經濟部工業局補助企業約 20-40 億；經濟部商業司則是補助企業約 5-10 億。臺灣政府的角色主要是輔助企業進行研發的功能，將產業與研究結合，有效達到產學研發的目標，進而提升高等教育的實務經驗。

此外，臺灣每年舉辦的科技會議，則由科技部各部會推出一個首長主導的大型政策，進行臺灣科技基礎建設的改革。以科技部所推出的「雄才大略」計畫為例，便著重於「產學結盟，法人居中銜接」的策略(科技部)。鼓勵部會主管(工研院、國衛院)與科技部補助的學研機構及產業界，共同提出研究計畫，其研究法人、學研機構、業界之出資比例為 2：

1:1。而學術研究機構地聚集性，則是園區大多緊鄰頂尖大學。以新竹科學園區而言，旁邊緊鄰清華與交通大學；而成功大學則成為臺南科學園區重要的人才來源。若再看北京中關村科技園區，其園區旁一流大學，包括北京大學、清華大學，皆是重要科技研發來源。另一方面，除了在學校的教育與研發之群聚效應外，政府也提供了許多優秀的科技人才，在畢業後可以進入國防役的途徑，以替代服役的階段，持續讓科技研發人才源源不絕的給予新的活力與刺激。透過地方具有深厚研發能力的學研機構，再搭配科技產業政策的路徑下，是新竹與北京兩個案例成功的關鍵因素，也呼應了 Dobbin(1994)與陳東升(2008)認為經過試驗與確認成功的產業政策，容易成為政策制定者持續複製的「產業政策典範」或「產業政策的貫性」而發揮「路徑依賴」的效益。

然而，俄羅斯在教育層面的創新行動卻充滿著危機衝擊，包括：(一)私部門大幅縮減其相關創新行動的投資，根據聯邦科學創新部統計，2009 年企業參與創新行動與 2005 相比降低了三分之一，小型創新企業數更是減少一半；(二)砍掉研發預算的私人企業並沒有與公部門以較佳的協力合作來補償。私人企業不斷發現與國家研究單位或高等教育機構共事的困境；(三)研發的預算在 2009 年被砍掉將近 30%，雖然砍掉的範圍很廣，跨及許多項目與機構；(四)基金刪減導致研究人員的出走，2008 年預估下降的數目達到 4.2%。整體研發部門就業率下降了 5%(IPRAN, 2009)。尤其 Klochikhin(2012)曾提出：「菁英派系集中在莫斯科與聖彼得堡，導致無法留下機會給創新研究者進入政策圈參與討論。」俄羅斯研發組織主要仍集中於中心聯邦區，而遠東地區只占了 4%，對 Tomsk 等較偏遠的園區發展形成阻礙。而整個俄羅斯的高等教育，國家與市立大學加起來是 655 所(分別為中央聯邦區 204 所、西北部 75 所、南部、79; Volga 省 54 所、Urals 省 51 所、Siberian 省 85 所、遠東區 38 所)，由上數據可知各區域的教育發展並不均衡。此外，在企業部門 (business enterprise R&D, BERD)研發預算的 56%來自於政府部門，37%來自企業部門，僅有 7%來自於國外資金(IPRAN 2009)。

俄羅斯財政預算中用於科學研究和科技進步的支出佔 1.3%，而在西伯利亞聯邦區財政預算中該項支出平均則只占 0.17%，更少。俄羅斯財政預算中科研經費支出比美國少 93%，比日本少 75%，而發達國家科學研究經費在國家財政預算資金中的比重為 25% - 50%。現階段，財政預算資金是俄羅斯科學研究經費的主要來源，而企業投資應是創新發展的主要資金來源。俄羅斯的研發預算在 1990 年代後變成長緩慢，直至 2008 年，其 GERD 占 GDP1.03%，相較過去蘇聯政府時期的 2%還更少。觀察國家研發預算的下降可以從 GDP 提升的現象來解釋，主要是因為 GDP 成長速度比 GERD 更快速，而非研發預算的直接減少。另一個研發低密集的原因可能是因為企業部門(business sector)的財政預算很低。企業部門是 GERD 次要貢獻者，但過去 15 年的比例卻逐漸下降。2008 年降到 29%，而 OECD 的平均值是 65%。國外投資是第三大 GERD 來源，在 1990 年代大幅增加，但在 2000 年卻下降到 OECD 平均值。政府資金中有 54%是使用在 GERD 上，其中有 39%資金進到政府部門，只有 6%在高等教育機構上。企業部門資金主要 80%投資在自己的部

析探國家協力治理角色在科學園區之研究：以臺灣與俄羅斯為個案分析

Exploring the State Role of Collaborative Governance on Science Park Development: The Cases of Taiwan and Russia

門內，13%在政府部門，而只有7%在高等教育機構。國外資金的76%花在企業部門，20%在政府部門，只有3%在高等教育機構(OECD, 2011)。而在研發人事費用上，研發人事的變遷提供了一個研發行動規模與本質的動態想像，俄羅斯在2008年，每一千人員工中便有6.4個研究人員，非常接近OECD國家的7.6人之平均值。研發人事比例在企業部門中，2008年一年下降了10%，而總體下降了59%，政府同樣也下降了34%。在高等教育部門的研發人員比例仍維持OECD在2008年的標準6.3%，比起1995年的4.9%已有所成長，從此數據的成長可看出政府要求各大學加強研發能力的成效(OECD, 2011)。

俄羅斯目前已有27個「國家研究型大學」，且取得「國家研究型大學」的地位就可獲得額外的公共資金，以支援新的學術方案、國際流動性以及研究基礎設施(黃仿玉, 2012, 頁349)。其中，鼓勵大學與產業聯結包括2010年啟動競爭性的補貼方案，以促進大學分支機構(spin-offs)，包括透過促進創新基礎設施，例如：企業育成中心(business incubators)、科技園區(techno parks)、工程中心以及共同使用研究設備與科技資訊等。由上可知，俄羅斯的學術研究能量仍在追趕中，也是一段民間凝聚創新能量的重要過程。

三、群聚與網絡

政府依照新竹科學園區的模式，在臺灣的中南部地區也因應產業擴展與升級的需求，透過串聯「北部積體電路、中部精密機械、南部光電」的政策，打造產業群聚的科學園區型態。政府除了主導科學園區的發展外，因應產業競爭力提供獎勵措施，更為了解決專業人才與資源問題，與國防部共同制定科技人才申請國防役，以供應企業對人力資源之需求。此外，政府也提供穩定充足的能源與硬體設備。臺灣目前主要的電力來源是以火力、水力與核能發電為主，政府當初在建設科學園區時，也對於水電供應管線與排水系統進行完善的設計。以竹科在2012年的統計，開發面積約1,400公頃，廠商超過400家，員工超過十萬人(簡禎富等, 2013, 頁239)。

2008年底，俄羅斯已有75家企業育成中心。而技術移轉中心也大量的設立在俄羅斯科學研究院與其他大學的研究機構內，來促進研發的商業化，目前俄羅斯有超過100個TTCs。另外，也有約30個「集體使用中心」的設立，對未來的創新者提供試驗、測量與其他設備。俄羅斯政府也在科技列為次要發展的兩個區域建立工業區，分別是莫斯科西方與Tatarstan共和國Alabuga市附近，主要目的是藉由提供具吸引力的物流、海關進出口或廉價的勞工來吸引俄羅斯與外國公司，以提升群集效應的產業技術競爭力(OECD, 2011, 231-233)。以莫斯科為例，現有18個專業的平臺和科技園區，在2015年更增建了7個工業與60個科技園區(莫斯科經濟政策與發展部, 2015)。

而企業規模結構的困境，則是俄羅斯目前所發展的「生態系統」科技，主要由少數非常大型的企業所主導，數據呈現出前100大企業，在2007年占了俄羅斯60%的國民所得(GDP)。私人金融產業團體(financial-industrial groups, FIGs)與國營企業主導了前100大企業。企業與公共行政的重建是促進創新政策之重要因素。世界經濟論壇在全球競爭力報

告(Global Competitiveness Report)中，指出俄羅斯在139個國家中排名118，報告內容主要反映國家機構的品質(WEF, 2010)。訪談中可以觀察到俄羅斯政府想要透過航空，結合醫療而發展科技創新產業，並集中專業人士於園區內，只是這樣的成效並未特別顯著。儘管俄羅斯政府已規劃科學園區的發展，並且制定法規限定俄羅斯科技創新與生產的條文，然而在整理近年研究文章中，學者認為並未看到其成效(OECD, 2011; Klochikhin, 2013a)。「特別經濟區在北部是新發展的科技園區，目前有22家廠商進駐；而南部的園區則是更早就發展。聖彼得堡的綠城科技園區是仿造矽谷的MIET(生醫中心、集結教授而設立創新中心)(C1)」。

臺灣在企業與園區之間的連結，之所以成功的主因在於企業透過地理空間的鄰近性概念(geographical proximity)，將彼此具有高度依賴的企業與廠商(如產業的上中下游廠商、專業供應商、設備製造商)、學術教育單位(如大學教育機構、研究機構等)、創新連結平臺(如創新育成中心)，以及客戶等重要角色與組織，皆緊密連結成為一個完善的群聚效應(cluster effect)。臺灣發展科學園區之政策，主要交由國家科學委員會(現為科技部)進行規劃作業，包括1997年設立臺南科學園區，以及2001年設立臺中科學園區。

科學園區若能將高科技、社區、學術體系、產業群聚形成彼此連結，就可以發揮網路經濟效益。而臺灣目前北中南共有三個核心園區，包括新竹、臺中以及臺南科學園區。目前臺灣科學園區的優勢產業包括積體電路、電腦、光電、通訊、精密機械與生物技術等，大多分佈於西部地區，成點狀分佈。其中除了相近的產業彼此吸引成為一個發展區塊外，其地理位置的相近性，因交通便利而成為帶狀分佈。臺灣科學園區目前朝向一個產業區隔，成為群聚效應明顯，並可以發展成為一個聯盟之途徑，形成規模經濟及策略聯盟。以新竹科學園區最具規模，截至今年2019年4月的資料便有564家廠商進入。其中積體電路產業類別之產值逐年大幅增加，今年已達到2322.31億元，成為竹科重點發展的面向；而南部科學園區目前則有230家廠商進駐，同樣在積體電路產業之產值占整個園區將近六成比例，今年產額達到1265.04億元。另外內湖科技園區2019年對園區廠商之調查顯示，其中從業人口為90,612人，2018年全年營收高達4兆9百餘億元，且至2018年園區已有5996家廠商、26家企業總部與10家研發中心進駐，目前已成為臺北市企業營運總部及研發中心群聚之地；而南港軟體科技園區主要則是以設置智慧型工業園區，建立我國發展資訊軟體及知識密集工業之國際形象，並逐漸發展成為「亞太軟體中心」為目標。

俄羅斯聯邦政府仍持續建設更多的科技園區，Skolkovo創新園區於2012年創立，是目前俄羅斯亟欲發展之科技重鎮(劉娟，2012)。爾後，普汀總統與中國大陸共同簽訂《中關村管委會與俄羅斯新技術研發與產業化中心發展基金會(Skolovo 基金會)合作框架協議》，達成雙邊合作協議。俄方也至北京中關村進行科技育成中心和聯合研發中心的建設計畫，計畫開展生醫、資訊科技、能源、新能源等領域。俄羅斯希望中國大陸聯想(Lenovo)、華為(Huawei)等大型企業已入駐Skolkovo科技園區(劉娟，2012)。

析探國家協力治理角色在科學園區之研究：以臺灣與俄羅斯為個案分析

Exploring the State Role of Collaborative Governance on Science Park Development: The Cases of Taiwan and Russia

目前俄羅斯主要有五大科學園區，除了在莫斯科市與聖彼得堡市之科學園區發展，以及最新的Skolkovo科學園區較具有產業密集度外。在遠東地區的托木斯科園區、西伯利亞科學園區，則無法為當地帶來顯著的經濟效益。主要原因就是因為地方政府對於基礎建設進度過慢，垂直分工不佳，且地理位置偏遠造成企業投資怯步也是重要因素。俄羅斯較難達成群聚效應的主因，還是在於人才培育緩慢與不足。地方政府尚未研擬一套政策，吸引研究人才匯集到科學園區的社區中，形成完善的科技社區以提升研發效益。過度依賴國外人才，將使國內培育速度更加緩慢，也造成國內外人才的隔閡。「2011至2013年，Skolkovo園區將有50%的人員不是俄羅斯人。因此，如何培養自己的科技人才，是政府必須思考的問題(C1)」。

四、區域擴散

臺灣的科學園區從1980年以新竹作為發展基地後，這30年來不斷擴張至臺中、臺南、內湖、南港，甚至是後龍、竹南園區，顯示臺灣科技產業的區域延伸與擴展性。簡禎富等(2013)提出「竹科2.0」的概念，係以新竹科學園區為基地，擴大實體範圍及虛擬整合，橫向地連結國家實驗室、清華、交通大學、工研院與業界的資源，建立實體的管理機制與合作交流之平臺。這種採取高密度性的多元連結，將有效且快速的擴展科學園區的範圍，並將技術與企業良性競爭帶入科技的創新。

俄羅斯政府則分別在莫斯科西方與韃靼斯坦(Tatarstan)共和國 Alabuga 市，建立兩個次要的工業區。主要目的是藉由提供具吸引力的物流、海關進出口或廉價的勞工來吸引俄羅斯與外國公司，以提升群集效應的產業技術競爭力(OECD 2011, 頁 231-233)。Skolkovo 園區是近年來，俄羅斯政府快速推展的園區，園區內的創新企業便有 1065 家不同規模的中小企業，已具備一個群聚效應的條件(表 2)。這些企業有 2.6 億美金的投資是來自於外國直接投資(FDI)，其比例與獲得政府 2.6 億美金的補助差不多。因此，OECD 認為，俄羅斯過於依賴 FDI，將處於高度風險狀態。要達到科技創新區域的擴散，得依靠國家內部的途徑可降低 FDI 的風險。而另一方面，因為俄羅斯教育體系所培養的人才不足，能力未達創新研發的標準。因此，企業聘請了大量國際研究人才，但其流動性過高。相對於臺灣科學園區的發展，人才的來源主要是週邊大學機構自行培育，因此要達到擴散的結果，則與高等教育研究機構、企業研發有著密不可分的關聯。從下表可看出，莫斯科幾個大型科學園區，已具有一定程度的區域產業擴散能力。然而，與臺灣相較下(2017 年共 143 萬 7600 家)(經濟部中小企業處)，俄羅斯中小企業 2019 年的數量仍相當少(1 萬 4250 家)。歐盟的平均值是每一千人就有 42 家中小企業，但俄羅斯卻只有 17 家(EU BANK, 2013, 頁 8)。主要的大型企業，大多屬於國營企業，但因為企業傳統思維較難改變，因此功力研究機構的功能也不彰。而中小企業少，便無法在大型企業旁形成一股創新督促的依附力量。

表 2 俄羅斯大型科學園區分布表

	Zelenograd Technopark* (莫斯科澤列諾格勒科學園區)	Lomonosov Moscow State University Science Park** (莫斯科大學科學園區)	Skolkovo*** (斯科爾科沃科學園區)
成立年份	1991	1992	2010
科學園區規模(創新企業數量)	約300間新創企業(包含俄羅斯電子產業的領導廠商)	小型創新企業40間	1065間小型新創企業
和大學、研究中心的合作關係	緊密的。小型創新企業擁有自己的實驗基地：莫斯科電子科技大學 (National Research University of Electronic Technology, MIET)以及Zelenograd奈米中心、Zelenograd創新科技中心，並與莫斯科國家企管學院合作	緊密的。莫斯科大學對科學園區內有興趣的企業進行研究開發。莫斯科大學擁有科學園區近60%的股份。	Skolkovo Innovation Center是由Skolkovo Foundation負責營運，Skolkovo創新中心是一個將高級科技轉化為商業化發展的科技中心，優先著重在能源、資訊科技、核能、生醫、及航太等五個領域。 Skolkovo創新體系中心包含Skolkovo理工學院(簡稱SkolTech,在美國麻省理工學院的協助下創設)、公司研發中心、企業育成中心、私募種子和風險基金、以及新創企業(start-up companies)。
小型創新企業起源	創立時和大學合作，是Zelenograd獨立開發的高科技公司	40間小型創新企業員工的構成單位幾乎是莫斯科大學的畢業生或是校友，同時也有科學園區的其他股東們。	1065間小型新創企業，集中在能源、資訊科技、核能、生醫、及航太等五個聚落，年收入6億7千5百萬美金(統計至2014年12月)

析探國家協力治理角色在科學園區之研究：以臺灣與俄羅斯為個案分析

Exploring the State Role of Collaborative Governance on Science Park Development: The Cases of Taiwan and Russia

			止)·這些企業獲得2億5千9百萬美金的私人投資，以及獲得政府2億零6百萬美金的補助。
小型創新企業的增長動力	超過300間企業具有高成長性	平均每年每名員工薪資3萬6千到4萬8千美元。本國人民年薪約1萬2千美元。園區內員工薪資普遍比本國人民高。	整個科學園區是俄羅斯聯邦政府一手所策劃，透過聯邦法律給予進駐廠商特殊的經濟條件來經營其企業。
資金來源	基金支援(俄羅斯科技發展基金)、工信部、教育部等	科學園區建設初期由政府出資建設。資金主要來源為基金補助。預算外的經費約有2/3(包括從科學園區內公司得來)	由聯邦政府出資，交由Skolkovo Foundation營運。
人才培育	莫斯科電子科技大學及莫斯科國家企管學院學生在小型創新企業工作，參與高科技專案。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提供學生參與短期實習研究。 2. 莫斯科大學高級程式設計員參與研究室研究(由intel支持) 3. 在科學園區實習，畢業後直接在地工作。 	Skolkovo理工學院將於2014年開始招生，預計到2020年將有1200名碩、博士生，300名博士後，15個研究教育創新中心，及200名教授。對園區企業的研究與發展將產生一定的影響。

資料來源：作者自行整理

*2014年12月17日參訪Zelenograd Technopark，訪談代號A1

**2014年12月15日訪談Lomonosov Moscow State University Science Park，訪談代號A2。

***2014年12月19日參訪Skolkovo科學園區，訪談代號A3。

五、生產創新

臺灣科學園區的優勢是具有國際連結、知識創造，成為形成群聚網絡重要因素。而創意企業、中介連結、支援行為與創意使用，是臺灣在形塑聚集網絡的優勢。並連結到國際企業與技術面向上(簡禎富等，2013，頁 248)，以群聚效應帶動生產技術的創新，達到科技創新的目標。臺灣的 IC 產業有相當大部分是以中小企業為主，即使大多的資訊企業相較過去具有更大的規模，但仍相當依賴中小企業生產網絡，形成垂直分工體系，並為國際品牌大廠進行代工(王振寰，2005)。王振寰也提到了政府的政策和作法，協助資訊產業在技術和知識擴散上的功能。政府支持的研發機構，特別是工業技術研究院，扮演了開發新技術並轉移給中小企業的中介者角色。工研院透過與外國企業和機構合作，引進與改良現有技術，幫助了本地廠商發展個人電腦相關技術(王振寰，2005，頁 13)。

而俄羅斯的企業創新體系是創新經濟的主體，也是國家和地區創新體系的經濟基礎(OECD, 2011)。目前，如俄羅斯鋁業聯合公司、諾里爾斯克鎳業公司大型國營企業，其創新方向也著重於國際市場上加強競爭力。俄羅斯科技的優勢在與基礎科學的深厚，包括天然資源、醫學、航空等領域。然而，基礎科學如何與創新科技連結，發展接近社會民眾需求的生產，而非僅是研究所用，便是俄羅斯政府、企業與教育機構須要深思的面向。「跨政府經費預算等資源，與大學醫學系合作，集結所有醫師進入此醫院，形成一個強大的醫療體系。其創新部分是關於『基因篩選』的領域，具有相當高度的基礎醫學技術，並引進國外進口的機器做為實驗分析所用。中心屬於國家級的醫學研究中心，定位為創新醫學科技。此外，專門為小孩所設立的兒童醫院，對於俄羅斯醫療體制上是一大創新(C2)。」目前，俄羅斯所重視的醫療生技科技是普汀執政時，下令執行的政策，主要進行基因比對的工程，也積極與臺灣的醫療科技進行合作。「我們有與臺灣的『臺大醫院』、『成大醫院』，還有『榮民總醫院』進行合作(C2)」。

俄羅斯產業相較下較缺乏群聚效益的競爭力，其原因在於科技創新思維無法跳脫傳統產業轉型的框架。就以「新能源」、「航太」與「醫療」領域為例，其發展進程並無法滿足一般民眾對於創新科技的商業需求，在創新性程度上相對不如資訊、半導體等應用科技高；另一因素是過去幾年國家角色的介入主導情況較少。只是，當普汀再次上任後，又將科技政策發展主導權從市場拉回到政府，也影響了企業自主性與體制的配套性。因此，在市場不自由及地方勢力的干擾下，便造就了俄羅斯在創新政策推展上所面臨的問題。

伍、結論

臺灣與俄羅斯在科技創新政策發展上有其異同處，以下就五點分別進行說明：

一、制度差異

臺灣與俄羅斯主要由中央政府負責創新科技政策框架，但至地方層級的執行時，臺灣係交由地方政府負責，並制定相關策略；而俄羅斯則是由中央科學研究院負責規劃，並未將地方政府基礎設施建設與企業進行整合，導致外國直接投資(FDI)在偏遠地區的投資效益下降。由於俄國企業大多為傳統產業，對於創新科技發展的接受度也相對保守。在俄羅斯大型企業多為國營企業的情況下，行政體制的創新性相對不足。尤其俄羅斯中央掌握權力，並且與地方協力網絡處於一種分離情勢，上下協調無法將企業與教育研究納入政策網絡中。簡言之，限制於傳統產業之行政思維而影響著科技創新策略的執行成效。此外，俄羅斯缺乏政策掮客與中介的組織，以作為政府、企業與研究教育的溝通協調之橋樑。無論是政策的制定或資金的分配，皆掌握在中央政府中。然而，政府的腐敗問題、菁英，卻掌握決策的權力，實際對創新並無法提升效益。

二、政府介入程度

臺灣與俄羅斯皆是從發展中國家階段開始推動創新科技政策，臺灣科技政策已有超過30年的推動歷史，並努力達到完全市場競爭，政府扮演著「輔助」角色。俄羅斯則是為了提升其競爭力，中央政府積極擬定創新園區，欲進行轉型。但自由市場卻在普汀再次上任後，又收回至政府手中進行管制。政府因壟斷決策場域的權力，也造成俄羅斯科技經濟的停滯，並讓創新者與傳統學者、菁英集團間無法有效溝通，導致基礎科學與創新科技的連結困難。臺灣因具較高的地方自主性，且政府採取輔助角色於各園區的業務推動中，並不實際干涉市場的競爭。換言之，地方政府與企業可說是完全自由的合作與競爭關係；而俄羅斯在發展較晚的情況下，中央政府又介入干涉政策與資源分配，並不利於企業與政府的協力合作關係。因此，這也造成了地方政府模糊的課責力，以及中央政府在權力掌控上的過度干涉，皆影響了企業發展的自主性。

三、創新思維差異性

俄羅斯國內大規模企業，大多是傳統產業下的國營單位，與國外投資者、學術機構間的互動少，思維尚未跟進創新趨勢。許多創新思維之建議，並無法有效傳達至國營企業與其內部。臺灣在企業間的政策與投資，已處於一個民間自由競爭的發展階段，政府單位(例如：經濟部)與企業、學術單位的互動，是以企業、教育研發單位為主，政府部門僅做為

提供補助政策資金的角色。而俄羅斯的國營企業在網絡中常形成小團體現象，主導國家政策的制定結果，中小企業在網絡中則是被邊緣化，同時缺少政策掮客(broker)的角色以連結政府與企業的合作。因此，在各自形成一個節點(node)的情況下，憑藉單一企業的力量並無法刺激整體創新思維。所以，當其他國家已快速邁向「科技 2.0」的時代時，俄羅斯仍陷於傳統產業轉型方向的困境中。

四、教育研究環境差異性

俄羅斯的高等教育停留在傳統產業研究，尚未擴散至創新應用層面，且教育研究經費縮減也讓學校無法與企業有效連結，導致偏遠地區的園區發展遲緩。此外，俄羅斯因為過度依賴國外人才，一旦人才離開俄羅斯後，便會面臨到科技創新研發的中斷困境。根據世界經濟論壇(World Economic Forum, WEF)公布的 2018 全球競爭力的調查，臺灣位居全球第 13 位，在高等教育面相為第 17；俄羅斯則是位居競爭力第 38 名，在高等教育僅名列第 32 名的位置(WEF, 2018)。

五、區域差異性大

臺灣因土地面積小，因此在產業的政策與技術的轉移上可以快速地達到創新擴散之效益。而俄羅斯地處廣大的西伯利亞區與遠東地區，除了資源有限、教育研究資源不足外，企業的投資意願也受氣候因素影響而無法改善。以臺灣的國際投資經驗而言，面對地方政府與中央政府的協力困境，外國企業因無法進入到政策討論的場域中，而導致資源、設備建立等問題無法即時解決，這也影響了企業的成長，促使區域擴散的成效不如預期。

析探國家協力治理角色在科學園區之研究：以臺灣與俄羅斯為個案分析

Exploring the State Role of Collaborative Governance on Science Park Development: The Cases of Taiwan and Russia

參考文獻

- 科技部(2015)。雄才大略 2.0 版 - 產學結盟，法人居中銜接。雄才大略 2.0 版 - 產學結盟，法人居中銜接-科技部 (most.gov.tw) · (2020 年 9 月 15 日)。
- 王振寰(1999)。全球化、在地化與學習型區域：理論反省與實踐。臺灣社會研究季刊，34，69-112。
- 王振寰(2004)。評「超越後進發展：臺灣的產業升級策略」。臺灣社會研究季刊，55，280-295。
- 王振寰(2010)。追趕的極限：臺灣的經濟轉型與創新。臺北：巨流。
- 王振寰、蔡青蓉(2008)。科技追趕與創新的國家模式：臺灣與南韓的專利比較。臺灣社會研究季刊，73，39-76。
- 王振寰、高士欽(2000)。全球化與在地化：新竹與臺中的學習型區域比較。臺灣社會學刊，24，179-237。
- 王振寰(2005)。從科技學習到科技創新的不同途徑：南韓、臺灣與中國大陸。2005 年「臺灣社會學年會」研討會，臺北：國立臺北大學。
- 王盈志(2008)。高科技 = 高風險？-竹科廠商存活的事件史分析。國立政治大學社會學研究所碩士論文，臺北市。
- 李明寰(1998)。政策網絡之研究-以我國醫藥分業政策為個案國立政治大學公共行政學研究所碩士論文，臺北市。
- 李建強、屠啟宇、蘇寧、黃海洋(2007)。大學校區、科技園區、公共社區聯動發展。上海：上海社會科學院。
- 林水波、李長晏(2005)。跨域治理。臺北：五南。
- 陳東升(2008)。積體網路:臺灣高科技產業的社會學分析。臺北：群學。
- 蔡偉銑(2014)。新竹科學園區政策過程的重新檢視。人文及社會科學集刊，26(3)，427-481。
- 周素卿(1998)。科學園區的另一種發展版本:臺南科學園區。臺灣社會研究季刊，32，125-164。
- 張維安、高承恕(2001)。政府與企業：臺灣半導體產業發展的分析。載於張維安(主編)，臺灣企業組織結構與競爭力(頁 57-92)。臺北：聯經。
- 張璠、張吉宏(1997)。設置「科學園區」與「科技工業區」之競合問題探討。經濟情勢暨評論季刊，3(3)，87-94。

莫斯科經濟政策與發展部(2015)·〈莫斯科-對投資者開放的城市〉·

http://www.google.com.tw/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAAahUKEwivMq1zLTIAhXDm5QKHacHBYM&url=http%3A%2F%2Fwww.ch.investmoscow.ru%2Fmedia%2F2082478%2F08investor-friendly-city_ch.pdf&usg=AFQjCNG6fWVw5p-ipFROOFHa-S77X5XdXQ&sig2=Y7vIGBr9iO7nyz0ZN6YCC· (2019年11月17日)。

國家發展委員會(2010)·國家建設計畫·

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:vGVuXqXRgmUJ:ws.ndc.gov.tw/Download.ashx%3Fu%3DLzAwMS9hZG1pbmlzdHJhdG9yLzEwL1JlBEZpbGUvNTU2Ni80MzUyLzAwMDA3MzZfMTAucGRm%26n%3D5LiL56%252BH56ys5LqM56ug5pWZ56eR5paH5bu66KitlCgzNTQgSykucGRm%26icon%3D..pdf+&cd=1&hl=zh-TW&ct=clnk&gl=tw>· (2019年12月3日)。

黃仿玉(2012)·俄羅斯創新政策之研究。臺北：國家發展委員會出國報告書。

鄒秀婷(2012)·俄羅斯西伯利亞創新型人才培養體系探析。新疆哲學社會科學網·

http://big5.xjass.com/zy/content/2012-12/06/content_255936.htm· (2019年4月11日)。

楊丁元、陳慧玲(1996)·業競天擇：高科技產業生態。臺北：工商時報。

劉娟(2012)·斯科爾科沃：俄羅斯的谷。世界知識·2012(16)·62-63。

簡禎富、陳勁甫、林國義(2013)·在新竹科學工業園區及週邊規劃研究園區之研究。管理與系統·20(2)·227-255。

瞿宛文、安士敦(2003)·超越後進發展：臺灣的產業升級策略。臺北：聯經。

蘇偉業(2009)·發展型國家理論的再檢視：以臺灣新竹科學工業園區的歷史發展為例。發表於大陸與臺灣地方治理學術研討會，臺北：國立政治大學政治學系。

Adamsky, D. (2014). Defense innovation in Russia: The current state and prospects for revival? *Defense Innovation Brief*, 2014, 1-12.

Ansell, C. & Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543-571.

Arino, A. & Torre, J. (1998). Learning from failure: Towards an evolutionary model of collaborative ventures. *Organization Science*, 9(3), 306-325.

Bryson, M. J. & Crosby, B. C. (2006). The design and implementation of cross-sector collaborations: Propositions from the literature. *Public Administration Review*, 66, 44-55.

Baker, W. (1990). Market networks and corporate behavior. *American Journal of Sociology*, 96, 589-625.

析探國家協力治理角色在科學園區之研究：以臺灣與俄羅斯為個案分析

Exploring the State Role of Collaborative Governance on Science Park Development: The Cases of Taiwan and Russia

- Benson, J. K. (1982). A framework for policy analysis, In Rogers, D. L., D. A. Whetten (Ed), *Inter-organizational Coordination: Theory, Research and Implementation*(pp. 137-176). Ames, Iowa: The Iowa State University Press.
- Chen, B. & Graddy, E. A. (2005). Inter-organizational collaborations for public service delivery: A framework of preconditions, processes, and perceived outcomes. Paper presented at the 2005 ARNOVA Conference, Washington, DC.
- Chou, T. L. (2007). The science park and the governance challenge of the movement of the high-tech urban region towards polycentricity: The Hsinchu science-based industrial park. *Environment and Planning A*, 39(6), 1382-1402.
- Cooper, J. (2010). The innovative potential of the Russian economy. *Russian Analytical Digest*, 88, 8-12.
- Dobbin, F. (1994). Forging industrial policy: The United States, Britain, and France in the railway age. New York: Cambridge University Press.
- Friedland, R. & Alford, R. R. (1991). Bringing society back in: Symbols, practices, and institutional contradictions. In Powell, W.W. & DiMaggio, P. J.(Eds), *The New Institutionalism in Organizational Analysis* (pp. 232-267). Chicago: University of Chicago Press.
- Human, S. E. & Provan, K. G. (2000). Legitimacy building in the evolution of small-firm multilateral networks: A comparative study of success and demise. *Administrative Science Quarterly*, 45(2), 327-365.
- Hu, T. S. (2008). Interaction among high-tech talent and its impact on innovation performance: A comparison of Taiwanese science parks at different stages of development. *European Planning Studies*, 16(2), 163-187.
- IPRAN. (2009). *Nauka, tekhnologii i innovatsii Rossii: 2009*. Moscow: Institute for the Problems of Science Development of the Russian Academy of Sciences (IPRAN RAN).
- Jones, C., Hesterly, W. S. & Borgatti, S. P. (1997). A general theory of network governance: Exchange conditions and social mechanisms. *Academy of Management Journal*, 22(4), 911-945.
- Klochikhin, A. E. (2013a). Innovation system in transition: Opportunities for policy learning between China and Russia. *Science and Public Policy*, 40, 657-673.
- Klochikhin, A. E. (2013b). *Public Policy in (Re)Building National Innovation Capacities: A Comparison of S&T Transitions in China and Russia*. Ph. D. diss. University of Manchester.

- Klochikhin, A. E. (2012). Russia's innovation policy: Stubborn path-dependencies and new approaches. *Research Policy*, 41(9), 1620-1630.
- OECD. (2011). *OECD Reviews of innovation Policy: Russian Federation 2011*. Paris: OECD.
- O'Leary, R., Gazley, B., McGuire, M. & Bingham, L. B. (2009). Public manager in collaboration In O'Leary R. and Bingham, L. B. (Eds), *The Collaborative Public Manager: New Ideas for the Twenty-First Century*(pp.1-14).. Washington, DC: Georgetown University Press.
- Thornton, P. & Ocasio, W. (1999). Institutional logics and the historical contingency of power in organizations: Executive succession in the higher education publishing industry, 1958-1990. *American Journal of Sociology*, 105(3), 801-843.
- Powell, W. (1990). Neither market nor hierarchy: Network forms of organization. In Barry S. & Larry L. C. (Eds), *Research in Organizational Behavior*(pp. 295-336).. Greenwich, CT: JAI Press.
- Pfeffer, J. & Salancik, G. R. (1978). The external control of organizations: A resource dependence perspective. New York: Harper and Row.
- Radosevic, S. (2003). Patterns of preservation, restructuring and survival: Science and technology policy in Russia in post-Soviet era. *Research Policy*, 32, 1105-1124.
- Ring, P. S. & Van De Ven, A. H. (1994). Developmental process of cooperative inter-organizational relationships. *Academy of Management Review*, 19(1), 90-118.
- Vigoda, E. (2002). From responsiveness to collaboration: Governance, citizens, and the next generation of public administration. *Public Administration Review*, 62(5), 527-540.
- Wang, J. H. (2009). Why do industrial clusters have different innovation patterns? Hsinchu(Taiwan) and Beijing's High tech parks compared, *Paper presented at the 21st Society for the Advancement of Socio-Economics (SASE)*. Paris: France.
- World Economic Forum. (2018). Competitiveness rankings. <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/rankings/>. (Sep. 5, 2019)

臺中市大甲溪中游四區地名與客、閩族群分布之關係

The Relationship Between the Place Names and the Distribution of the Hakka and Min Ethnic Groups in the Four Districts of Dajia River's Middle Reach, Taichung City

許世融 Shih-Rong Hsu

國立臺中教育大學區域與社會發展學系副教授

Associate Professor, Department of Regional and Social Development,
National Taichung University of Education

韋煙灶 Yen-Tsao Wei

國立臺灣師範大學地理學系教授

Professor, Department of Geography, National Taiwan Normal University

黃敏羚 Min Ling Huang

新竹縣立六家高中輔導老師

Teacher-Counselor, Hsinchu County Liou-Jia Senior High School

本文為 105 年度科技部研究計畫【族群語言的接觸與互動：語言、地理、社會與歷史跨領域整合研究 - (總計畫及子計畫)臺灣閩客族群界線之劃分與空間分布之變遷——以族譜考察為中心的區域研究(I)】(MOST 105-2420-H-003-005) 與 107 年度科技部研究計畫【閩客研究的跨界調查比較：臺灣對應粵東潮州三陽與海陸豐地區的調查比較 - 語言、族群的錯雜性：清領到日治時期臺灣的潮州系移住民】(MOST 107-2420-H-142 -MY2) 兩計畫的整合研究成果，特此致謝。

摘要

本文調查臺中市大甲溪中游的豐原、石岡、新社、東勢等四個行政區的族群地名，所蒐整的客、閩式地名合計共 102 個。其中，客式地名有 60 個 (58.9%)，閩式地名有 39 個 (38.2%)，閩客混合式地名有 3 個 (2.9%)。從這項地名組成結構比例與地名的空間分布而論，可反應這四區處於客、閩族群交會帶，兩族各自使用客、閩方言為母語，但也可能懂得聽、甚至會說另一方的方言，故在溝通、指稱地名時，兩族住地犬牙相錯地帶就會有客、閩地名並存或客、閩語混用的情況。就世居家族祖籍地之方言區來界定族群歸屬，大甲溪中游四區可歸客家族群的家族佔 88.1%，歸閩南族群的佔 11.3%，其他佔 0.7%。從語言族群的發展趨勢來看，閩南族群的影響力與日俱增，客家族群則在逐漸萎縮當中。

就地名的地形分布而言，客式地名不只數量較多，也散布四區全境，無論是低平河谷，或是丘陵地，都可見到客式地名；閩式地名方面，主要分布於豐原區西半部平原區、沿省道 3 號東向大甲溪河谷，經過新社河階，再聯結束勢市中心及新社北半部，此通道串連各區人口密集、商業發達的地帶。

關鍵詞：族群、族群地名學、空間自明性、臺中客家、大甲溪中游

Abstract

This paper investigates the ethnic place names of the four districts (Fengyuan, Shigang, Xinshe and Dongshi) in the middle of Dajia River. The total place names is 102, of which 60 (58.9%) are Hakka's names, 39 (38.2%) are Min's names, and 3 (2.9%) are the others. From the spatial distribution of the place names, it can be reflected that the four districts are in the intersection of the Hakka and the Min. The two ethnic groups use their mother tongues, but they may also use each other's language. Therefore, in the communication and alleged place names, there will be cases where the two groups live in the wrong place, and there will be cases the places names coexisted or the languages mixed between the two groups. The ethnic groups are defined in the dialect areas of the family's ancestral home. The Hakka is 88.1%, and the Minnan group is 11.3%, and the other is 0.7%. Judging from the development trend of the language group, the influence of the Minnan group is increasing day by day, and the Hakka group is gradually shrinking.

As far as the spatial distribution of place names is concerned, there are not only a large number of Hakka names, but also the whole area of the four districts. Whether it is plain or hills, all can see the Hakka names; mainly in the western half of Fengyuan, along the east side of the 3rd Taiwan Provincial Road to the Dajia River Valley, passing through the 'Xinshe river terrace', and then connecting the CBD of Dongshi and the Northern Xinshe. This corridor is connected to the densely populated and commercially developed areas of the various districts.

Keywords: ethnic groups, ethnic toponymy, spatial identity, Taichung Hakka, Dajia River's middle reach

壹、前言

一、客、閩式地名資料庫的建構與「閩粵歷史方言分區圖」的繪製

歷來闡述臺灣客、閩族群空間分布的立論基礎，其劃分族群的方式有據清代文獻記載或是日治時期的戶籍調查資料。但不少研究者以省籍來界定漢移民的族群屬性是閩或客，即原籍福建省全視為閩南人，原籍廣東省一律視為客家人，這是流於過度簡化，因為閩、粵地區的閩、客族群領域的範疇不以省界、府州界，甚至縣界為邊界。

作者等人在相關議題的研究過程中發現：¹客、閩族群在語言結構上有較明顯的差異性，在彙整文獻及實察過程逐步建立了閩、客式地名資料庫，經過十餘年的反覆修訂，大致篩選了50組可供分辨客、閩族群的地名詞組（如附錄1）。

既然「地名是語言的活化石」，就適合作為重建客、閩漢人原鄉的客家話與閩南話的「歷史方言分界線」。然而，為何不直接使用現今語言調查來界定臺灣漢人之閩、粵原鄉的族群界線？原因在於語言界線會變動，現今的語言調查無法反映百餘年前或更早的語言界線，閩、粵之地方志上即便有「方言志」卻無法提供足資界定方言界線的訊息，而作者等人一直以來企圖探討的是清代臺灣漢人渡臺之初的族群歸屬，認為只有如此，才能更加釐清臺灣歷史上的客、閩族群結構與互動關係。²利用各種版本的《廣東省地圖冊》與《福建省地圖冊》，以及檢索Google Map上的地名，繪製「閩粵歷史方言分區圖」（如圖1、2），之後多次赴粵東及閩南移地研究，以及運用族譜上的地名資料，反覆驗證，發現理論與實際相當吻合，顯示此種研究途徑是具有可行性，以及深化發展潛力的。

¹ 韋煙灶、許世融，〈臺灣與閩粵使用地名詞的比較〉，《第14次語言、地理、歷史跨領域研究工作坊（2016中山大學場）》（高雄市：中山大學中國文學系，2016.03），頁178-197。韋煙灶、程俊源、許世融，〈「明代閩人遷陸豐；清代陸豐人渡臺」之關聯性初探〉，《2016桃園學研討會》。（桃園市：臺灣大學客家研究中心&桃園市政府文化局，2016.12），頁70-103。

² 如此才不致將祖籍為漳州府詔安縣五都（東山島）的新北市石門區潘姓家族誤認為詔安客；將朱一貴事件中前後與朱一貴合分的杜君英（祖籍潮州府海陽縣）認定為客家人。

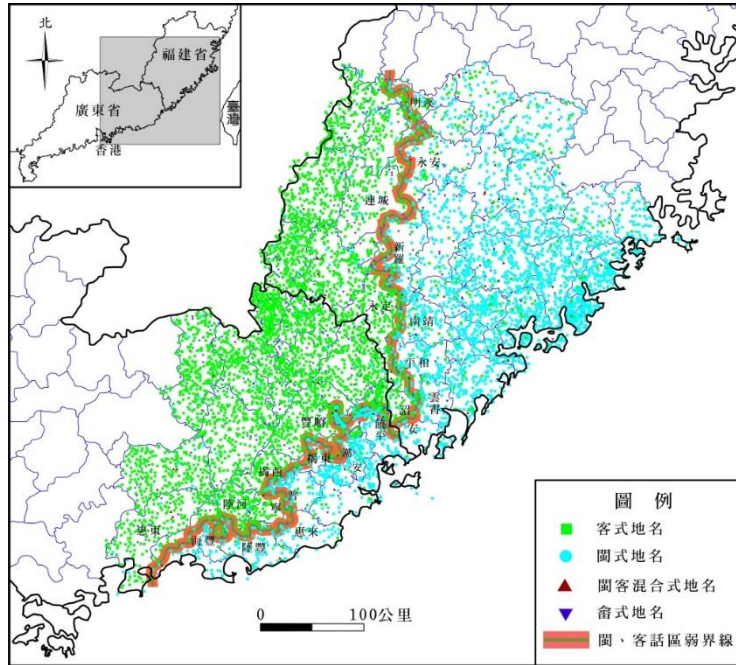


圖 1 閩西南及粵東之客、閩地名的分布

(資料來源：韋煙灶，〈客、閩族群對河流通名之用法差異〉，頁 91-113。)



圖 2 閩西南及粵東閩、客歷史方言分區圖

(資料來源：西側內陸為客家語區，東側沿海為閩南語區。改繪自：韋煙灶，〈北桃園地區的閩客族群分布的空間特色〉，「發現地方想像族群」：2015 桃園區域研究研討會(桃園市：國立中央大學客家學院，2015)，頁 9-30。)

二、族群地名研究及其在臺灣客、閩族群互動研究上的意義

臺灣多數地名的命名結構，可分為「通名」和「專名」兩部份組成。通名指地名命名時，用來描述自然環境特徵或人文特色，如崙、坑和厝寮等；專名則用來形容或表達通名之數量、上下或新舊等特性，如九塊、頂（作詞頭）、腳等。³閩、客兩族群使用的方言有別，也影響了以方言命名的通名或專名，有了閩式和客式的不同。

我們認為地名具可分上、下階層的屬性，主張既有的地名處在動態的演變過程，特定地名僅是空間過程中的特定時間切面所反應出的稱呼，所以正式地名與非正式地名的關係，可能受自然及社經環境變遷的影響，發生上下對流。所以同一個地名，會因為時、空間背景的轉換，影響其涵蓋範疇或地名階層。為了建立地名的階層系統，韋氏將自然村級以上的地名稱為「正式地名」，角頭級以下的地名稱為「非正式地名」或「地標」。⁴

客家話、閩南語皆為族群文化的載體，當移民的人數與勢力達到某個程度，原鄉所用方言與地名命名習慣便會隨之移殖，在移入地烙印族群的足跡。這些根植鄉土的客、閩式地名，有可能是遠近馳名的正式地名，也可能是當地人才知曉的非正式地名，即使涵蓋範疇及地名層級不盡相同，但都能讓外人與後人覺察族群的領域及其邊界，是識別區域特徵的頭名標示。⁵

根據研究經驗，我們主張「地名是語言的活化石」，認為地名能反應當地所居的族群屬性。據此觀點，蒐整閩西南和粵東地區的客、閩式地名作空間歸納，以此作為清代客、閩語分布的依據（圖 1、圖 2）。這個研究嘗試獲得具體的研究成果，並以此為發端奠定研究者等人在日後發展客閩族群關係研究上良好的論據基礎。

韋煙灶透過閩、粵分省地圖冊中擷取相關的河流通名資料，進行歸納與統計分析：不論以福、廣省別或閩、客方言區分，高等級河流通名均以「江」占明顯優勢；低等級河流通名，在閩方言區以「溪」占明顯優勢；在客方言區則以「河」佔明顯優勢。在臺灣，閩南族群優勢區絕大多數的河流通名為「溪」，少數以「河」為通名的高等級河流，則是經過由「溪」轉換為「河」的過程；客家地區仍習慣於以「河」為河流通名。地圖上使用的河流通名，主要是受不同族群對河流稱呼的慣用詞影響，而此慣用詞又與各自語言形成過程的歷時演變、區域開發過程與移民祖籍的地緣性有密切關聯性。此外，當權者使用的語言歸屬也是關鍵之一。⁶

程俊源與韋煙灶進一步擴大研究廣度與深度，從漢語東南方言水系通名使用的角度進入議題，融合地理學、語言學與歷史學的科際整合研究途徑，考察吳、閩、粵、客、贛、

³ 陳國章，《臺灣地名學文集》（臺北市：臺灣師範大學，1995 增訂版），頁 10-12。

⁴ 韋煙灶，〈地名調查時界定「正式地名」的指標—新竹南寮地區調查的實例〉，《第一屆地名學術研討會論文集》（臺北市：內政部，2005）。

⁵ 李科旻，〈新竹市客、閩式地名與族群分布之探討〉，《從清代到當代：新竹 300 年文獻特輯》（新竹市：新竹市文化局，2018），頁 96-130。

⁶ 韋煙灶，〈客、閩族群對河流通名之用法差異〉，《地理研究》62（2016.05），頁 91-113。

徽、湘等方言族群中的水系通名使用狀況，針對江、河、溪、川、水、港、坑等等語源進行討論，並探究這些河流通名在臺、閩、粵之閩語區與客語區的空間分布特色及其形成之因果關係，提出學理與文獻的論證。⁷

藉此族群地名學的研究途徑，李科旻等調查新竹縣鳳山溪流域閩客式地名分布與閩客族群分布與互動關係，以及李科旻研究新竹市全境的客、閩式地名與閩客族群分布關係，從《新竹縣採訪冊》、《新竹縣制度考》、《淡新檔案》、《土地申告書》、《臺灣堡圖》等古文書與地圖，並以清領、日治和現代三個時間斷面，分析地名與族群的空間關聯，發現客、閩式地名能高度反應客、閩族群的空間分布型態，且認為「地名因人而生，也因人而異」。

8

三、研究途徑及研究目的

本文將上述結合歷史學、語言學、地名學、地理學等跨領的研究觀點與研究途徑，應用於客、閩族群互動關係的研究上，稱為族群地名學 (ethnic toponymy)。循此研究途徑以族群地名能反應當地優勢族群之身份屬性來看，並以繪製客、閩式地名分布的主題圖來展現其空間自明性 (spatial identity)，當可為探討當地閩、客族群的研究另闢有價值的研究途徑。

本文選定的研究區係位土牛溝兩側延伸的區域，具有閩客過渡地帶特色的豐原、石岡，大部分屬於大埔客家以及小部分屬於泰雅族原住民生活領域的新社、東勢等四個行政區（以下稱「大甲溪中游四區」）為研究區域。在研究程序上，首先，搜尋相關文獻及地圖上地名資料；其次，利用客、閩式地名差異之分類表（附錄 1）篩選適用的地名，繪製大甲溪中游四區的客、閩式地名分布圖（圖 3）；最後，進一步探索地名分布所展現空間自明性下，發現更深層的族群分布與互動的空間意涵。具體研究目的如下：

- （一）繪製大甲溪中游四區的客、閩式地名分布圖。
- （二）分析大甲溪中游四區客、閩式地名分布所展現的空間自明性
- （三）透過客、閩式地名分布所展現的空間自明性，詮釋大甲溪中游四區族群分布的空間意涵。

⁷ 程俊源、韋煙灶，〈歷史層次與空間意涵——中國漢語東南方言水系通名之使用再證〉，《第六屆白沙歷史地理國際學術研討會》（彰化縣：彰化師範大學歷史學研究所，2017.11），頁 5-1-1~25。

⁸ 李科旻、韋煙灶、黃敏玲，〈新竹鳳山溪流域地名與客、閩族群分布之探討〉，《新竹文獻》第69期（新竹：新竹縣文化局，2018），頁60-99。李科旻，〈新竹市客、閩式地名與族群分布之探討〉，頁96-130。

貳、大甲溪中游四區的客、閩式地名分布

一、大甲溪中游四區的客、閩式地名分布型態

本文所調查的地名，其內容涵括正式(自然村級以上)與非正式地名(角頭級以下)，每個地名的階層級別與指涉範圍並非一致，但仍可作為分析客、閩族群分布態勢的參考。

研究區的客、閩式地名資料詳如附錄 2，分類統計結果如表統計 1 所示，繪製成主題地圖如圖 3 所示。

在大甲溪中游四區所蒐整的客、閩式地名合計共 102 個，其中，客式地名有 60 個(58.9%)，閩式地名有 39 個(38.2%)，閩客混合式地名有 3 個(2.9%)。從這項地名組成結構比例與地名的空間分布而論，可反應大甲溪中游四區處於客、閩族群交會帶，兩族各自使用客、閩方言為母語，但也可能懂得聽、甚至會說另一方的方言，故在溝通、指稱地名時，兩族住地犬牙相錯地帶就會有客、閩地名並存或客、閩語混用的情況。

表 1 大甲溪四區的客、閩式地名分布統計表

地名屬性	豐原區	石岡區	新社區	東勢區	小計
閩式地名	15 (14.7%)	10 (9.8%)	10 (9.8%)	4 (3.9%)	39 (38.2%)
客式地名	5 (4.9%)	7 (6.9%)	15 (14.7%)	33 (32.4%)	60 (58.9%)
閩、客混合式地名	0 (0.0%)	1 (0.9%)	0 (0.0%)	2 (2.0%)	3 (2.9%)
小計	20 (19.6%)	18 (17.6%)	25 (24.5%)	39 (38.2%)	102 (99.9%)

資料來源：統計自附錄 1。

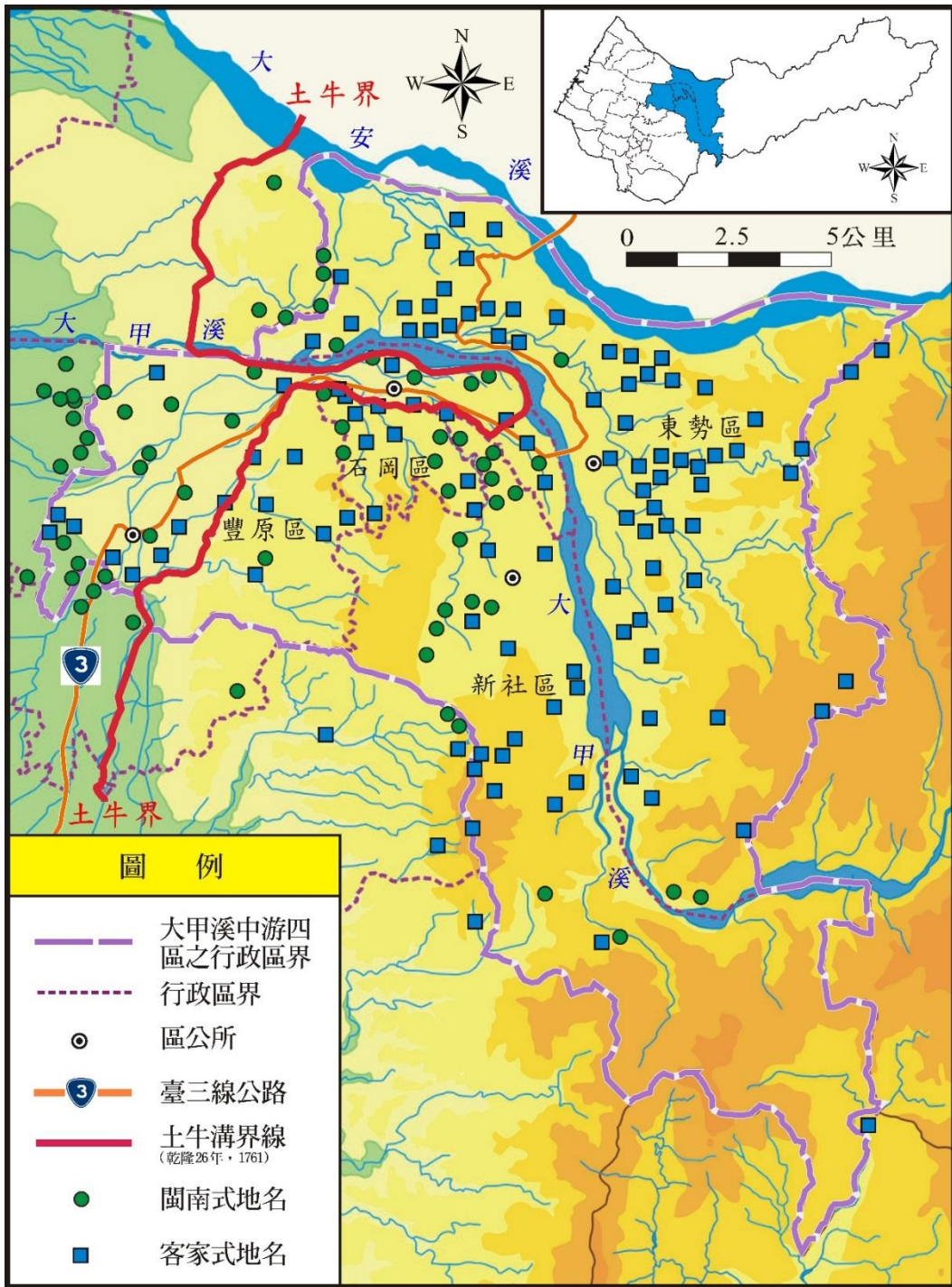


圖 3 大甲溪中游四區客、閩式地名分布圖

(資料來源：地圖底圖取自內政部，《臺灣行政區域圖》臺北市：內政部，2007)

經過彙整發現，大甲溪中游四區的族群地名，得到豐原區的閩式地名有朴子里井子腳、豐原里頂街、三村里溝子墘、車路墘；客式地名有豐田里烏牛欄、南田里上南坑、北陽里下坑。石岡區閩式地名有石岡里的林厝、龍興里的陳厝、德興里的連厝、九房里九房厝等；客式地名則有土牛里下土牛、龍興里食水崙、梅子里梅樹下、金星里炭窯崙等；新社區的閩式地名有中正里羅厝、張厝和傅厝，崑山里廖厝、永源里滿崙、山腳等；客式地名有協成里頭崙、二崙、三崙、三崙口、大崙底、中正里崙石等；東勢區的閩式地名有埤頭里埔頭、中崙里鄧厝、泰昌里吳厝、慶福里豬湖頂、楓樹腳等；客式地名有興隆里的上校栗埔、下校栗埔、東新里趙屋、伯公壠、中崙里的大窩、中崙、頂中崙、牛欄坑等。

就地名的地形分布而言，客式地名數量較多，也散布大甲溪中游四區全境，無論是低平河谷，或是內山崎嶇之地，都可見到客式地名，越往東邊客式地名比例愈高，反映客家族群於本地之優勢地位。閩式地名方面，主要分布於豐原區西半部平原區、沿省道 3 號東向大甲溪河谷，經過石岡河階地帶，再聯結束勢中央區及新社北半部，此通道串連各區人口密集、商業發達的地帶，其原因可能是閩南族群昔日沿著主要交通路線東進，多在沿線建立居住地，甚少深入大甲溪支流上游河谷。

客家族群入墾之力流溢大甲溪四區全境，可在河谷種稻植蔗，也可入山抽藤伐樟採料，但閩南卻局限於臺 3 線或大甲溪河谷等交通通道沿線，這可能與閩南人不擅長開發山坡地運用山林資源有關，或因為某些歷史因素，如恐懼原住民（泰雅）侵襲，以及林爽文事件（後詳）有關。

二、帶有「崙」、「窠」地名分布的區域特色

「崙」為「坑谷」之意。研究區「崙」這個地名詞特別值得挑出來獨立討論，事實上研究區是臺灣帶有「崙」地名數量最多、密度最高的區域。「崙」在漳州市詔安縣秀篆鎮唸成/khou/，訪談石岡耆老也是這個唸法。「崙」也寫成「坑」或「窠」，如「食水崙」也寫成「食水坑」、「三崙口」也寫成「三窠口」。

在臺灣，帶有「崙」、「窠」地名見於新北市之林口臺地東坡及南坡面；臺中、雲林、嘉義等沿山地帶，如泰山（橫窠[溪]、大窠坑[溪]、犁頭窠、吳厝窠）、五股（水碓窠[溪]）、龜山（大窠，大坑舊稱）、大溪（大崙崙溪，大漢溪舊稱）、北屯（頭崙山）、東勢（上石崙、下石崙）、石岡（炭窯崙、崙石）、新社（食水崙、二崙山）；中埔（黃厝科、雙連科）等地，實際上可視為研究區大埔客社群慣用的地名詞。帶有「崙」地名卻不見於桃竹苗、高屏的海陸、四縣客家裔優勢分布地區。在閩西南及粵東地區，帶有「崙」普遍見於汀州府永定縣、漳州府客家區、粵東潮州府饒平及大埔縣客家區等，「崙」為閩西南與粵東交界地帶客家語區常見之地名詞。⁹作者針對帶有「窠」與「崙」地名的分布區域（出現一個以上帶有「崙」或「窠」地名即列入），利用數種不同版本的《福建省地

⁹ 韋煙灶，〈客、閩族群對河流通名之用法差異〉，頁 91-113。

圖冊》、《廣東省地圖冊》，以及網路檢索，獲得如圖 4 所示的地名區域分布特色，其分布也與臺灣客家次方言社群的分布區相吻合。

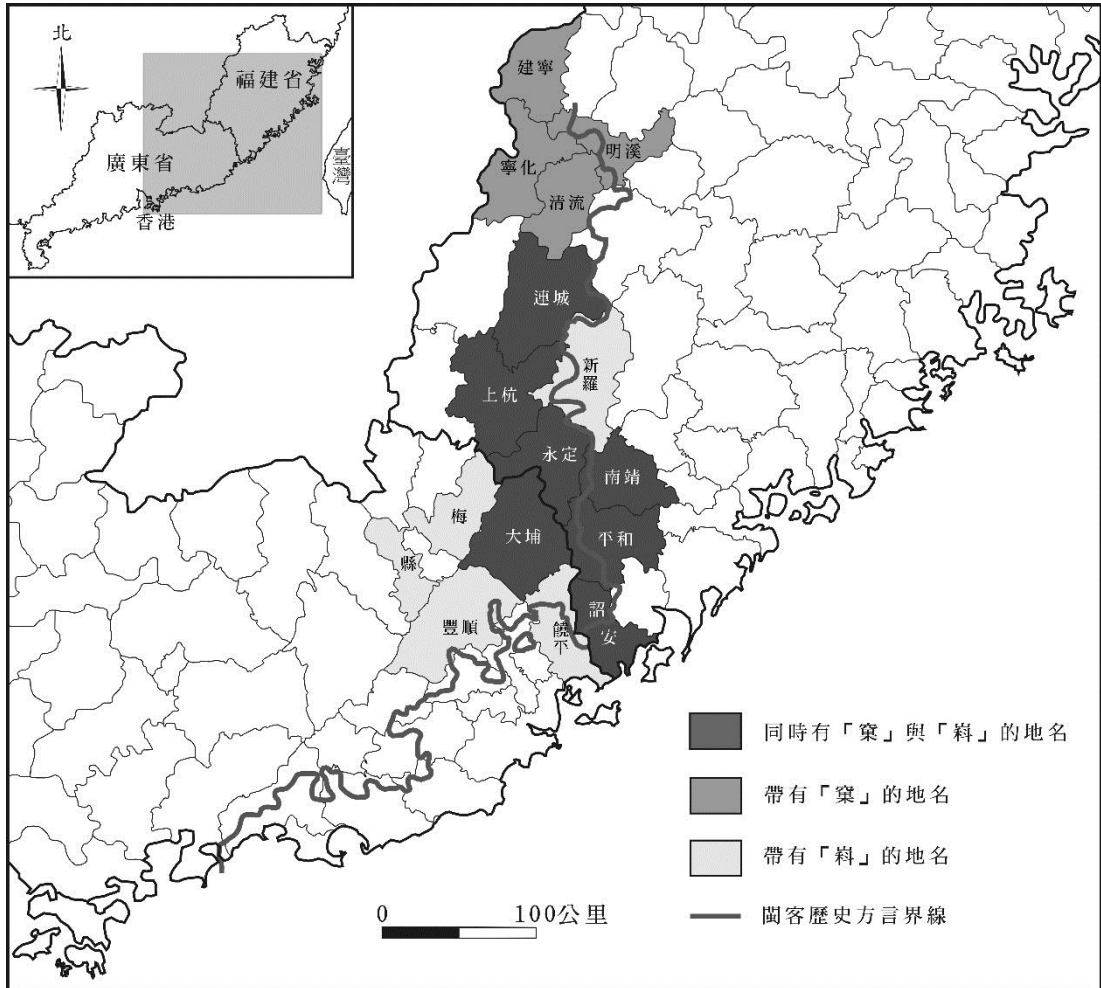


圖 4 閩西南與粵東帶有「料」、「窠」的地名之分布區域

參、研究區客、閩式地名與族群分布的關聯性探討

一、客、閩式地名與族群分布的關聯性探討

東勢自漢人入墾以來一直主要為客家族群所居之地，客式地名佔絕對優勢，石岡與新社具有閩、客族群分布的區域過渡色彩，閩、客式地名分布的比例相當，豐原偏居研究區西側，閩式地名偏多，看似均在理解之中。然而從四區的祖籍及族群結構來看（表 2、表 3），都是廣東籍偏多；就客、閩族群結構來看，在清末，四區屬於客家族群的世居家族比例，都遠比閩南世居家族的比例為多，這與客閩式地名的調查結果出入甚大，其中必有緣故，可值得深入探索。

表 2 大甲溪中游四區在 1926 年居民的祖籍分佈

行政區	祖籍地	泉州府	漳州府	汀州府	龍巖州	福州府	興化府	永春州	嘉應州	潮州府	惠州府	其他	總計
豐原街	個數	1	57	0	0	45	0	0	29	59	49	0	240
	%	0.4	23.8	0.0	0.0	18.8	0.0	0.0	12.1	24.6	20.4	0.0	100.1
石岡庄	個數	0	2	0	0	0	1	0	4	63	0	0	70
	%	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	5.7	90.0	0.0	0.0	100.0
東勢庄	個數	0	5	0	0	2	0	0	73	97	14	6	197
	%	0.0	2.5	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	37.1	49.2	7.1	3.1	100.0
新社庄	個數	0	2	0	0	1	0	0	10	44	10	0	67
	%	0.0	3.0	0.0	0.0	1.5	0.0	0.0	14.9	65.7	14.9	0.0	100.0

註：(1)泉州府三邑指南安、惠安、晉江三縣；(2)表格中數字單位為百人，空白表示人數不足百人或無。
資料來源：節錄自：臺灣總督府官房調查課，《臺灣在籍漢民族鄉貫別調查》（臺北：臺灣時報發行所，1928）。

表 3 大甲溪四區世居家族祖籍地之方言區歸屬統計表

族群歸屬	豐原區	石岡區	新社區	東勢區	小計
閩南	13 (4.4%)	14 (4.8%)	2 (0.7%)	4 (1.4%)	33 (11.3%)
客家	91 (31.0%)	48 (16.3%)	27 (9.2%)	93 (31.6%)	259 (88.1%)
其他	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (0.7%)	2 (0.7%)
小計	104 (35.4%)	62 (21.1%)	29 (9.9%)	99 (33.7%)	294 (100.1%)

說明：本表世居家族的調查案例個數，是以自然村作為訪查之空間單元，透過查閱相關鄉鎮市志、文獻蒐整、田野訪查和網路檢索等方式取得。

資料來源：作者未發表之豐原、新社、東勢三區「世居家族祖籍調查統計表」；黃敏玲，〈臺中市石岡客、閩族群分布及其空間意涵〉(2018.07)，臺中教育大學區域與社會發展學系碩士論文，頁137-153。

本文以石岡為個案研究例證，石岡區境內有不少閩式與客式地名，又因為本地應為客、閩族群交錯而居的地帶，如本研究調查之世居家族中，石岡區九房里黃英隆派下，其原籍在今潮州市潮安區江東鎮仙洲村，當地通行方言屬閩南語系（黃氏家族歸屬於為本文所指海陽閩音系社群）。還有石岡里林仕泰派下，其原籍在今汕頭市澄海區隆都鎮（隆都原歸饒平縣轄），金星里巫德明派下，原籍則在潮州市饒平縣浮濱鎮；上述林、巫兩派之渡臺祖原鄉都位於饒平縣的閩南語區（本文以饒平閩音系社群稱之）。其中，黃英隆、林仕泰的家族祖居地分別位在閩式地名命名的九房厝、崁仔腳（即崁下）兩聚落。

而屬於客家族群的世居家族中，石岡里劉元龍派下，原籍在今梅州市大埔縣高陂鎮（本文以大埔客音系社群稱之），其石岡的祖居地在客式地名命名的石崗仔。金星里張雲興派下，原籍在今梅州市梅縣區大坪鎮（本文以四縣客音系社群稱之），渡臺定居金星面，其祖居地為客式地名命名的上坑；龍興里朱色相、古欽就、古象玉派下，原籍皆在今梅州市五華縣（本文以四縣客音系社群稱之），其石岡的祖居地在客式地名命名的食水料。綜合以上例子來看，研究區的客、閩式地名與兩族的空間分布具有高度關聯性，地名會是探索當地族群身份的頭名標識。

二、大甲溪中游四區的「閩勢力突入線」

乾隆 45 年 (1780)，理番分府同知史崧壽與彰化知縣張東馨進入大甲溪河谷，觀察並記錄了新社一帶民人的活動：¹⁰

社寮龍庄有甲頭朱接，庄民李志、陳阿碗、黃鳳、張義春、洪泰、黃河六等；芎蕉腳庄有甲頭王寬，庄民張水難、張訓等；大湳中埔庄有庄民王祥、盧莪、洪神用、張鳳、顏煙、林賤、林營、吳阿樂、李阿呈、李送、劉阿文、陳撥、李答等；水井仔庄有庄民謝疊、張十思等；七分厝庄有庄民羅萬等；八分厝庄有游長、游查等；十一分庄、水底寮、松柏崗、馬連等庄有庄民陳慶、吳高榮等。共有男女千餘人；其中漳泉居多；粵人十分之一、二；熟番數百人，係岸裡社阿里史等社社民；水底寮辦軍工廠務，軍工匠四、五百人，所搭寮數約有百餘間，私墾田園三百餘甲，係向岸裡社通事阿打歪希賸墾，年納租谷。

由此可見，當時新社一帶，男女合計已有一千多人，其中以漳、泉閩南人居多，粵人僅占十之一、二，岸裡社轄下的阿里史社、朴仔籬社熟番數百人，另軍工匠約四、五百人，搭寮上百間，漢人私自向岸裡社賸墾田園超過三百甲。

漳籍或粵籍人士雖然並非全為閩南人或客家人，但就渡臺的移民結構來看，漳籍確以閩南人居多，粵籍確以客家人士居多。故史崧壽與張東馨所見，當時新社是以漳、泉籍人士較多的時期，這些漳、泉人如何從臺中盆地進入大甲溪河谷？以地形環境來看，應該是從大坑或豐原兩側移入，由於大甲溪四區為客式地名優占區，閩式地名如前所述，多集中於交通孔道沿線，就地名分布反應族群屬性而言，閩南人是循著大甲溪主流與大里溪（大坑溪）接食水料溪的兩條線路進入，突出於客家族群包圍的態勢，本文將其稱為「閩勢力突入線」（圖 5）；此線是大甲溪流域閩南勢力東極之界，於乾隆中後期，其拓墾銳勢不亞於客家族群，但乾隆 51 年（1786）爆發林爽文舉旗自立、率眾抗清，本區閩南人遭受波及，局勢因而急轉直下。

林爽文於當年 12 月 27 日起事於大里杙，接連攻佔彰化縣城、諸羅縣城與淡水廳治竹塹，捕殺臺灣知府、理番同知等要員；清廷陸續派遣五萬大軍渡臺（合臺灣駐軍共六萬左右），最後由高宗任陝甘總督福康安領侍衛內大臣參贊海蘭察率精兵到臺督軍，漸轉守為攻。

福康安招納水沙連等地生、熟番入山搜捕，又遣理番同知頭役王松、張鳳華（張達京三子）、番割劉立、黃元等協同岸裡社，聯繫泰雅族各社生番，伺機攔截林爽文北竄。

乾隆 52 年（1787）冬季 12 月 24 日，林爽文率兵六、七千人自埔里盆地北上，至東勢角欲強渡大甲溪，不料遭泰雅族伏擊截殺，隨即部眾潰散，餘勢分為兩路逃竄。其中一

¹⁰ 溫振華，〈921 地震與新社之社區總體營造〉，《臺灣客家文化再現與創新研習營》（第九屆「夏季學校」課程講義）（臺北市：吳三連臺灣史料基金會，2006.07），頁 6。

路約二千餘人退回大甲溪右岸再散入新社，¹¹被隨後入山搜剿的清軍消滅，僅留四十餘活口。¹²搜捕林爽文勢力的清軍對此地大開殺戒，導致當地漳、泉閩南居民人心惶惶，甚至遭受池魚之殃，此事件所造成的重大打擊，極可能是後來當地閩南人士大量消逝、幾近銷聲匿跡的轉捩點。¹³

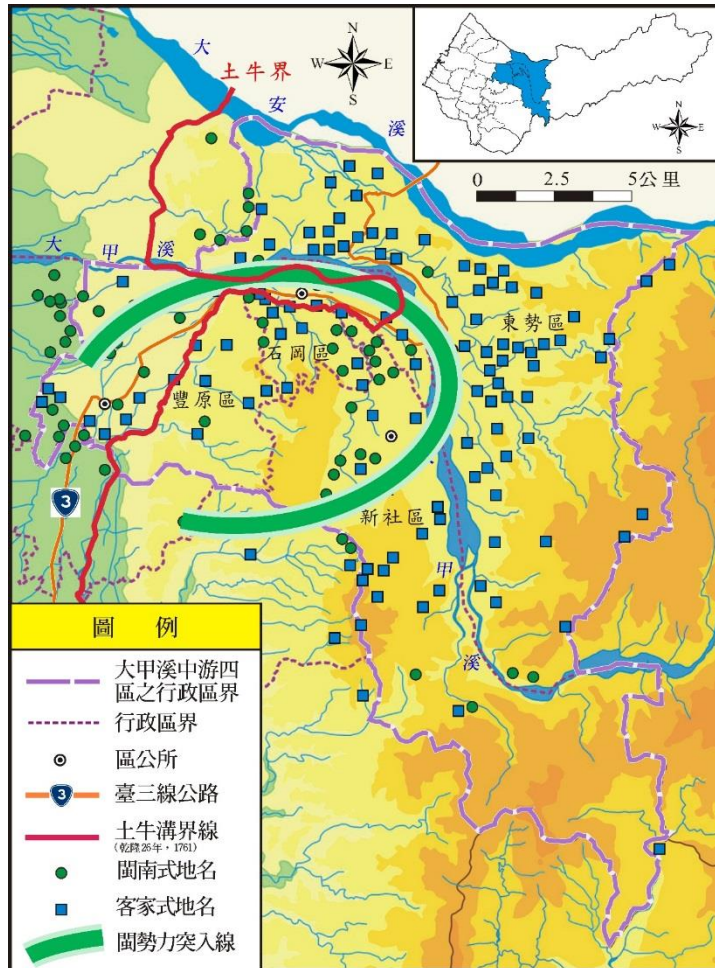


圖 5 大甲溪中游四區客、閩式地名與「閩勢力突入線」分布圖
(資料來源：整理自附錄 2)

¹¹ 柯志明，〈番頭家：清代臺灣族群政治與熟番地權〉（臺北：中央研究院社會所，2001），頁 248-255。

¹² 溫振華，〈921 地震與新社之社區總體營造〉，頁 7-8。

¹³ 根據《臺灣在籍漢民族鄉貫別調查》，昭和元年（1926）東勢郡所轄三個庄共有廣東省人 31500 人，但三個庄的泉籍人數皆為零；而漳籍人口，在東勢庄有 500 人，石岡庄和新社庄都僅有 200 人，頁 16-17。

就世居家族祖籍地之方言區來界定族群歸屬(約反映清末研究區世居家族的客、閩族群結構)¹⁴，研究區可歸客家族群的家族佔 88.1%，歸閩南族群的佔 11.3%，其他佔 0.7% (表 3)。客、閩式地名的數量比較約為 6:4，兩者比例相差甚多。如前所述，初墾之時，有眾多的漳、泉籍閩人，在林爽文事件平定之初的 1788 年前後，畏懼官兵不分青紅皂白的屠殺，而倉皇遷徙它地，應留下一些閩式地名，其數量及比例雖不得而知，但從上述的「閩勢力突入線」來看，應殘留下不少閩式地名。然而，在百餘年後的清末，研究區客家族群的比例已明顯佔優勢，客式地名並未大幅度的取代閩式地名。顯示從語言族群的發展趨勢來看，即便在研究區客家明顯優佔的區域，閩南語 / 閩南族群的影響力仍是與日俱增，客家族群則在逐漸萎縮當中。

肆、討論

作者等人認為，以地名研究族群分布的研究方式有其局限性，以下分述其中兩項：¹⁵

一、製作地圖者不一定能忠於地名的方言發音來作記載

如東勢區中崙里有一地名「羅屋」，其地鄰近牛欄坑，位於中崙溪南岸，內政部出版的〈東勢鎮行政區域圖〉，即以羅屋二字記繪(圖 4)，但作者查詢 Google Map/Google Earth 卻是記為「羅厝」(圖 5)，同一聚落卻有兩種不同地名，令人納悶。經作者訪查當地人，確認該地是客語區，所以「羅厝」一名，很可能也是製圖或編名者，以個人慣用的閩南話稱之，而忽略當地實際上是客語區，故應以「羅屋」記錄較為適宜。

再者，如石岡區德興里有一地名「連厝」，在內政部 2007 年出版〈石岡鄉行政區圖〉與豐原客運的公車站牌中，皆記繪「連厝」二字(圖 6、圖 7)；但作者前往田野調查，並訪問連氏族人，據口述及族譜記載，連家渡臺祖為大埔 14 世連永清，連氏於嘉慶元年(1796)渡臺後，旋定居本地。其原籍有兩個說法：一是在潮州府大埔縣楓朗鎮黃蘭村，二是在梅州市大埔縣高陂鎮烏槎村，兩地皆位於大埔縣純客語區，且德興里連家當地族人自今仍使用客家話作為母語，均以「連屋」稱呼祖居地聚落。所以「連厝」一名並無反映當地是客家居住地，僅從地名屬性來看，反而會誤判為閩南人聚集地。故記其為閩式地名「連厝」，實為不妥。

¹⁴ 本處所定義之「世居家族」是「受訪者本人向上推三代即已定居本聚落的家族；或該家族定根本地已經超過 125 年」，即 1895 年(光緒 21 年，明治 28 年)日本統治臺灣之前，就已定居研究區的家族。參考：黃敏鈴，〈臺中市石岡客、閩族群分布及其空間意涵〉，頁 8。

¹⁵ 參考：李科旻，〈新竹市的客、閩式地名與族群分布之探討〉；李科旻、韋煙灶、黃敏鈴，〈新竹鳳山溪流域地名與客、閩族群分布之探討〉。黃敏鈴，〈臺中市石岡客、閩族群分布及其空間意涵〉，頁 52。

逐一檢視研究區的客、閩式地名，以實地訪查等方式去檢視是否符於當地方言，將有助提升此研究方式的說服力，但即使證明研究區的客、閩式地名，與客、閩方言區之空間分布是完全疊合無增減，那又如何證明在百多年前的清領時期，居住在今日客式地名區的居民必然使用客語？居住在閩式地名區的人們就一定以閩南話為母語呢？

二、社經環境變遷，使作為傳統地景表徵的傳統地名逐漸被遺忘或消失

隨著臺灣從農業轉型為工商業社會的發展歷程，大甲溪中游四區的地表景觀也在這蛻變過程中產生強烈改變，尤其在市中心一帶，原有的老聚落遭拆遷，舊地名就逐漸在人們的口耳中逝去；加上因為市區擴張，還有現代戶籍、郵傳、通訊制度的建立，國人已習慣用道路門牌號碼作為定位的方式，再因辦公大樓、住宅社區和百貨賣場等大型建物陸續出現，大量新式地標名(非正式地名)接連出現於地圖上，取代了當地傳統的客、閩式地名。

所以由於時代變遷、民眾生活習慣轉型，傳統客、閩式地名的數量就隨之減少，再加上中華民國國語(臺灣華語)成為通行語言，在大眾傳媒或是鄰居閒聊、同事溝通中，都大幅地減少使用方言，弱化了客、閩方言與客、閩式地名的延續性。既然客、閩式地名消失眾人記憶當中，作者欲藉此重建歷史時期的族群分布之真實面貌，更顯困難。

但縱使此研究方法有其局限性，客、閩地名與兩族的空間分布仍具有高度關聯性，正是「地名因人而生，也因人而異」應用客、閩式地名和世居家族兩者來代表族群之空間分布，具有相得益彰之功能。所以地名是區域方言的具體表徵，是探索當地族群身份的頭名標識。

伍、結論

本文結合歷史學、語言學、地名學、地理學等跨領的研究觀點與研究途徑，應用於客、閩族群互動關係的研究上，並以繪製客、閩式地名分布的主題圖來展現其空間自明性，為探討當地閩、客族群的研究另闢研究途徑。

本文調查臺中市大甲溪中游的豐原、石岡、新社、東勢等四個行政區的族群地名，所蒐整的客、閩式地名合計共 102 個。其中，客式地名有 60 個 (58.9%)，閩式地名有 39 個 (38.2%)，閩客混合式地名有 3 個 (2.9%)。客式地名不只數量較多，也散布四區全境，無論是低平河谷，或是丘陵地，都可見到客式地名，反映客家族群於本地之優勢地位，且越往東邊客式地名比例愈高。

「料」為「坑谷」之意，為閩西南與粵東交界地帶客家語區常見之地名詞，研究區是臺灣帶有「料」地名數量最、密度最高的區域。如圖 2 所示帶有「料」地名的區域分布特色，其分布與臺灣客家次方言社群的分布區相吻合。

臺中市大甲溪中游四區地名與客、閩族群分布之關係

The Relationship Between the Place Names and the Distribution of the Hakka and Min Ethnic Groups in the Four Districts of Dajia River's Middle Reach, Taichung City

閩式地名方面，主要分布於豐原區西半部平原區，沿省道 3 號東向大甲溪河谷，經過新社河階，再聯結東勢市中心及新社北半部，此通道串連各區人口密集、商業發達的地帶。乾隆 45 年 (1780) 官府觀察並記錄了新社一帶「其中漳泉居多；粵人十分之一、二；熟番數百人」，構成了大甲溪中游四區的「閩勢力突入線」，但林爽文事變之後本地閩人畏懼池魚之殃，大量遷徙他，但一些閩式地名殘留下來。

此外，從地名組成結構比例與地名的空間分布而論，可反應這四區處於客、閩族群交會帶，兩族各自使用客、閩方言為母語，但也可能懂得聽、甚至會說另一方的方言，故在溝通、指稱地名時，兩族住地犬牙相錯地帶就會有客、閩地名並存或客、閩語混用的情況。就世居家族祖籍地之方言區來界定族群歸屬，大甲溪中游四區可歸客家族群的家族佔 88.1%，歸閩南族群的佔 11.3%，其他佔 0.7%。從語言族群的發展趨勢來看，閩南族群的影響力與日俱增，客家族群則在逐漸萎縮當中。



圖 6 東勢區中料里「羅屋」
(資料來源：臺中縣東勢鎮行政區域圖)



圖 7 東勢區中料里「羅厝」
(資料來源：Google Map)



圖 8 石岡區德興里「連厝」
(資料來源：臺中縣石岡鄉行政區域圖)

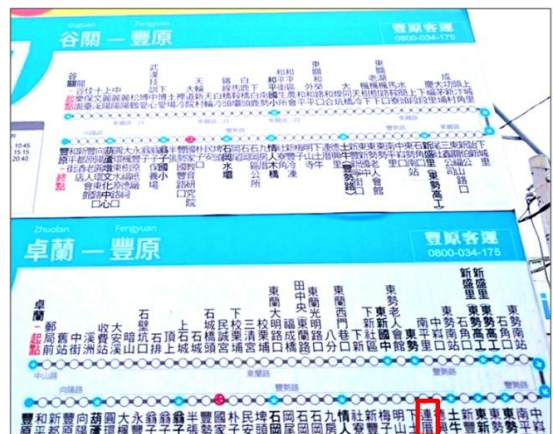


圖 9 豐原客運公車站站牌
(資料來源：作者拍攝)

附錄 1

客、閩式地名差異之分類表

閩南式地名用詞	客家式地名用詞	閩客混用地名	地名舉例(閩—客)	備註
土地公、福德	伯公、福德	伯公、土地伯公、土地公、福德	福德坑、土地公坑—伯公坑	伯公、福德、土地、土地公、土地伯公皆指土地神。一般認為伯公是客式用法，但屬於閩南話區的同安、漳州各縣、潮汕各縣及海、陸豐等地區均用伯公稱土地神。土地伯公應為閩、客混合型的用法，嘉義、竹北均有此用法。伯公在漳州與粵東不可作為客式有標地名詞，在臺灣則勉強可用。
稠/稠	欄	稠 / 稠 (tieeu, 僅適用於詔安客語)	牛稠溪 / 羊稠港—牛欄河	稠(為稠之諧音別字)、欄為「圈」之意。「稠」為牢或稠的諧音字，是有效分別閩、客的有標地名詞。
稻/粟、稻埕	禾、禾町、禾埕	--	粟倉仔街/大稻埕—大禾坑/石禾町、高禾埕	稻、禾指「稻」，粟指「稻穀」之意。稻/粟對禾，以及稻埕對禾町，均是分別閩、客的有標詞，臺灣客家話區將曬穀場稱為「禾埕」，應是受閩南影響。
牆(牆)圍	圍牆(牆)	--	口牆圍—石圍牆	兩者指圍牆或防禦工事之意。閩、客話間的語法稍有差別。
厝、宅	屋、伙/夥房、坊	--	新厝、後宅—新屋、劉舉人伙房、曹坊	厝、屋為房舍，伙/夥房為共住之合院，坊是街郭聚落之意；宅為有果園的大宅院。這組是最適作為分別閩、客的有標地名詞，且數量頗多。
塊	座	--	三塊厝—三座屋	塊、座為「計算房舍的單位」。這組地名詞在閩、客話間對應清楚，是分別閩、客的有標地名詞。
暗	陰影	暗	暗坑—陰影窩	「陰影/暗」為「遍地暗影」之意，可作為客式有標地名詞。
濁	汶	--	濁水溪—汶水溪	濁、汶為「混濁」之意。這組地名詞在閩、客話對應清楚，適合於分辨閩、客的有標地名詞。
塗/土	泥/坭	土	塗崎/赤土—黃泥塘/黃泥(坭)	對「土壤」的稱呼，客話慣用「泥/坭」，閩式地名卻很少用；閩南話慣用「土/

臺中市大甲溪中游四區地名與客、閩族群分布之關係

The Relationship Between the Place Names and the Distribution of the Hakka and Min Ethnic Groups in the Four Districts of Dajia River's Middle Reach, Taichung City

			坡(陂)/烏泥窟	塗」。但客家也偶用「土」，卻不會使用「塗」，故「塗」具有頗強的閩式有標詞。此「塗」與「泥」適合作為分辨閩、客的有標地名詞。
礁、乾、考(考之諧音字)	旱、燥		礁坑、乾坑、考溪—旱溝、燥坑	礁、乾、考、旱、燥坑/溪/溝為「間歇河」之意。這組地名詞在閩、客話之間對應清楚。
滴、埧、畚、漚/納	濫	濫	滴仔、埧頭港、草漚(草納)—濫仔	滴、埧、濫為同義字，指「積水沼澤或鬆軟的泥地」；畚指「濫田」，納為漚的同音別字。滴、埧、畚、漚/納均可作為閩式有標地名詞。
舊	老	老	舊街—老街	舊、老皆相對於「新」。閩式地名也用「老」(唸「舊」寫成「老」的音字不符現象)，「舊」可作為閩式有標詞，「老」則須以發音校對。
1.頂、口(作為方位詞詞首) 2.崁頂、崁腳	1.上(作為方位詞詞首) 2.崁頭、崁下		頂寮—上寮；口湖/口墻圍；崁頂厝—崁頭屋	1.頂、口若置於詞首表方位詞(而非指地形的相對高度)，是有效的閩式有標地名詞，但閩式地名詞也用「上」(唸「頂」寫成「上」的音字不符現象、必須以發音校對)；「上」若置於詞首表方位詞，可作為客式有標地名詞。 2.崁頂與崁頭具有分辨閩、客的有標地名詞。
腳(作為詞尾)	1.下 2.x樹下	下(作為詞尾)	1.山腳—山下/下山 2.—榕樹下	腳、下為對稱於既存地名的「低處」或「聚落的邊緣」之意。閩式地名詞也用下(唸「腳」寫成「下」的音字不符現象)。「腳」原字應寫成「𨮑/𨮑」為閩式有標地名詞，鄧曉華、王士元(2009：119)認為是應源自古南島語(古越語)。由於粵東閩南語區也使用「下」(唸成/ha/)作為地名詞，「樹下」的形式才是典型的客式有標地名詞。
中央、內(作詞尾，泉系為多)、底(作詞尾，漳系為多)	心、裡(作詞尾。簡體字寫成「里」)	心、中	田中央/田心/田中、姓林仔底、庄內/庄底—田心/田中、豐裡、狗肚裡	1.心、中為「中心、中央」之意。本組地名詞的差異，雖然是閩南與客家語的習慣用法，但差異有限，只能作閩、客式地名的參考有標詞。如「田」唸白讀的/chan ²⁴ /為閩式有標地名詞，唸文讀則無法分辨。

				2. 閩南話稱位於較內部位置為「內」或「底」·「底」只見於漳系·如姓x仔底·庄底·底衫等。客語慣用「x裡」·但潮系也慣用「x裡」·使用時須謹慎確認。
1. 後(地名末字) 2. 後壁	1. 背(地名末字)/貝 2. 後背	後(地名末字)	1. 港仔後/過溝仔—河背/溝貝; 社後—社皮 2. 後壁湖—後背窩	1. 後·背為「背後或河流對岸」之意。「貝」為背之別字·顯示此客籍聚落是位於閩南話區的方言島; 閩南漳系地名「皮」被認為是由客式地名轉化·兩者可視為他稱地名·顯示某地優勢族群轉換的間接證據。 2. 「後壁」與「後背」是有效分辨閩·客的有標地名詞。
尪	滿	尪(雖見於客家文獻·但很少使用)	砂尪—滿房	閩語中的「尪/ban/」為「最小兒子」·用於地名可引申為「末端」之意; 客家話與「尪」對應者為「滿/man/」。這類地名的數量雖然很少·卻是有效分辨閩·客的有標地名詞。
壩/埧/埧(只適用於閩南及粵東·不適用於臺灣)·溪洲·嘴	壩/埧/埧·河壩/埧/埧	--	溪洲/江仔嘴/布袋嘴—三河壩(埧/埧)	1. 溪洲與河壩(埧/埧為壩的簡寫及別字)意指「山間盆地·河谷平地或河中沙洲」·這組地名詞在臺灣閩·臺灣客話之間對應清楚。若洲用於沙洲·壩用於堤壩(如壩頭)·則不具有標詞意義; 「壩/埧」為漢藏語族共通的地名詞·見於長城以南各省區市·但在臺灣閩南話似已成死語·卻仍通行於臺灣客家話中·故「壩」可作為客式有標地名詞。 2. 「沙嘴」為一端與陸地連接的沙洲(常見於兩河交會處)·可作為閩式有標地名詞。
平·塹·埕	片·唇/滸/塹·肚	勢·邊·月眉·峨眉/峨嵒	南勢; 南平—下南片; 港仔塹—河唇(滸)/塘塹	1. 勢·平·片·邊皆為對稱於既存地名的某方位。「平」若指方位可作為閩式有標地名詞; 若非·則不可; 「片」可作為客式有標地名詞。 2. 塹·唇為「水邊」之意·「塹」應從「舷」音變轉化而來(李如龍·2009: 328)。塹與唇(滸/塹)是有效分辨閩·客的有標地名詞。 3. 月眉·峨眉/峨嵒一般指「曲流基蝕坡

臺中市大甲溪中游四區地名與客、閩族群分布之關係

The Relationship Between the Place Names and the Distribution of the Hakka and Min Ethnic Groups in the Four Districts of Dajia River's Middle Reach, Taichung City

				或河階邊的古基蝕坡地形」· 或其它新月狀的地形。 4. 「肚」是指「曲流滑走坡面或半圓形(劇場河階)地形」· 可作為客家有標地名詞。 5. 「埕」在福建只見於閩語區不見於客語區· 臺灣與粵東地名中的「埕」可能自閩語借詞而來。(李如龍· 2009 : 477)
埤	塘	塘、潭/潭、陂(坡)	雙連埤—雙口塘; 佛潭/潭、番仔陂	1. 陂、埤、塘、澹皆指「池塘」。「陂」為埤之俗寫; 「澹」為塘之別字; 在臺灣· 「坡」為日化地名(=陂、埤)· 使用時必須以發音校正。粵東閩式地名也用「塘」。 2. 「潭/潭」較傾向於「自然積水成潭」· 故僅以「埤」為閩式有標地名詞; 「澹」作為客式有標地名詞。
湖	窩	窟(掘)、湖	畚箕湖—畚箕窩	湖與窩指「小盆地」時· 湖可作為閩式又標地名詞· 若指「湖泊」則不具指標意義· 但在實質操作上並不易區隔。「窩」除了指「小盆地」外· 也作「山谷溪流」解· 是十分突出的客式有標地名詞。
爪	凸		三爪子—三叉凸	爪、凸為「獨立突出山嘴」之意· 這組地名詞是有效分辨閩、客的有標地名詞。
鼎金/覆鼎	鑊	鍋	覆(朴)鼎金—鑊仔嶼山	鼎金/覆頂/朴鼎金指「突起的穹丘」· 福建閩南有不少此類地名詞· 客語用中古漢語「鑊」而不用上古漢語的「鼎」· 故可認定鼎、鑊為分辨閩、客的有標地名詞。
1. 崁(kham)、坂/阪(puann) 2. 崁頂	1. 崁 / 礮 / 勘(ham)、崖、溜/壩 2. 崁頭	崁(坎)	1. 崩崁仔、張坂—崩崖仔; 黃泥溜/壩 2. 崁頂厝—崁頭屋	1. 崁與崖為「陡坡或崖邊」之意· 崁為閩、客通用地名詞· 但「崁頂」對應「崁頭」· 可作為閩、客對應的有標地名詞; 礮/勘(崁之原字)/崖則可作為客式有標地名詞。 2. 坂/阪為「坡上或坡下的平地」之意· 是閩語共通的地名詞· 其字源可能來自閩語底層的古越語「村莊」之意(李如龍· 2009 : 313; 鄧曉華、王士元· 2009 : 119)· 是有效的閩式有標地名詞· 常見於閩南及粵東· 較少見於臺灣· 且似均改寫成「板」· 如臺北市中正區「板溪」· 嘉義縣新港鄉「板(puann)頭厝」。

				3.溜或溜為之原意為「盛飯之碗」之意，引申為「窪地」。溜/溜可作為客式有標地名詞。
漈	漈(cai)/漈(客式地名中少見「漈」·寨為漈之諧音別字)	漈	白水漈、百丈漈—白水漈、百丈漈、水漈/水寨	「漈」可能來自古越語(南島語)，意為「階砌」(參：周振鶴、游汝杰，1986：145-146；162)。引申指「瀑布、河中石堆攔水堰或壩」，是贛、閩、粵客家地區常見的有標地名詞。在福建西、中、北部有許多帶有「漈/漈」的地名，閩南話區則僅出現於永春、德化、安溪、龍巖、漳平等內陸地區，在臺灣閩南語區極少見，且僅見「漈」，不見「漈」。故「漈」可適用於臺灣作為客式有標地名詞。
罌(簡體字寫成岷)	凹/坳/坳/坳	畚(糞)箕/笨	珠罌—張嚴凹/頭凹/尾凹	2.坳(凹為坳的別字，通「坳、坳」)與凸相對，指「山坳處，引申為山間小盆地」，均可作為客式有標地名詞。畚箕(或簡寫為「畚」，或諧音成「笨、糞」)指「U型谷或河口灣」，笨港常指「U型河口灣」。 3.高雄市鼓山「凹子底」之「凹」唸成/lap ¹¹ /，為「漈」之會意字，與唸成/au ⁴⁴ /之凹/坳/坳/坳有所區隔。
港(uann ¹)	壩/瀝、窩、崙/窠(khoo)	溪、坑、河、溝	—中壩/深瀝；溪頭—西坑尾、大平窩尾；港墘—河唇；—大平窩；—頭崙山、門子窠/獅窠(獅坑)	1.從大數的趨勢來看：閩人慣用「溪」，客人慣用「河」是成立的，但仍有混用的現象，故不是有效分辨閩、客的有標詞。 2.閩、客的「坑」皆指「小溝豁」，閩式的「坑頭」在源頭，客的坑指稍大的溪谷，「坑頭」在下游，兩者頭、尾語義恰恰相反，作為有標地名詞，必須在從語義上區隔。 3.閩南話的「港」則具有「港口、港灣、河流」三重含意，若可判釋為指稱「河流」，則可作為閩式有標地名詞。港若指河谷，也可作閩式有標地名詞。 4.客家語的「窩」意為「坑」的支流，尤其是指出入口狹長的山谷；壩(瀝)指「水流沖蝕形成的山溝」；崙指小溪谷。壩(瀝)、窩及崙均是有效的客式有標地名

臺中市大甲溪中游四區地名與客、閩族群分布之關係

The Relationship Between the Place Names and the Distribution of the Hakka and Min Ethnic Groups in the Four Districts of Dajia River's Middle Reach, Taichung City

				詞。 5. 料(簡體字寫成「科」)與窠同音且同義，同「坑」之意 ¹⁶ ，均指「支流或小河谷」。料之地名詞常見於舊臺中縣市交界處；福建汀江流域、永定、詔安、平和、廣東饒平、大埔、豐順等地。
崙、隔、崙	嶺、崙、嶺、崙/崙(地名末字)、崗(岡)/崩崗、橫屏	嶺、壘(壘、龍)、山、分水、墩(屯為墩之改寫)	沙崙、小格頭、石崙—草嶺/凍頂、馬崙凹、羅經嶺、伯公崙；石山仔—石岡仔/崩崗下；大橫屏山；分水山(分水寮)	左列用語皆有山之意，但字義上有些微差異。 1. 嶺與嶺為「山嶺」之意；嶺(凍為嶺之諧音別字，為福老化的他稱地名詞)為「山峰」之意，崙(原字可能為坳)也是「突起山峰」之意。嶺與崙見於閩西、粵東，但極少見於臺灣。 2. 隔(俗寫成格)、崙/崙均為「高而平的山脊或山頂」之意；崙(kiann ²⁴)為「帶長形的山脊，頂部較平的山」，但極少見。隔/格對應崙/崙是有效分辨閩、客的有標地名詞。 3. 崗、壘(壘)、橫屏均有「山岡」之意，壘(壘)常成諧音雅字「龍」。 4. 崙與屯(墩)為閩、客對稱用法，但不完全成立，墩、崩在閩式地名詞中也是略有所見。 嶺、嶺、崙、崙、崩崗(岡)、橫屏，均可作為客式有標地名詞；崙、隔可作為閩式有標地名詞。
按(按)/鞍	鞍	鞍	南按、外按、內按(按)—內鞍、馬鞍	按為鞍之俗體字，又「按」為「鞍」的諧音別字，指「具鞍部地形特徵之處或周邊環丘的谷地」，澎湖此類地名不少。「按」可作為閩式有標地名詞。「鞍」較少用於閩式地名；「按」未見於客式地名中。
x排x	xx排/眉	--	大排沙、排寮—燥樹排、大草排、西河排、崙	「x排x」是將「排」作形容詞，意指「列」。「xx排」是將「排」作地名詞，似為借詞自瑤、畚等族，意為「橫列高地邊緣」。

¹⁶如在《李氏源流》一書中記載漳州府詔安縣二都秀篆李士衡渡臺葬於龜崙新路坑「橫窠子」吉穴，而此地名在現今地圖上為桃園縣龜山鄉村龜崙山腳下新路坑的支流「橫坑」。參見：李鼎元主編，《李氏源流》(臺北：世界李氏宗親總會，1990)，頁74。

			眉、大眉	可引伸為「山嶺」之意。「排」常諧音雅化成「眉」，「xx排/眉」是有效的客家有標地名詞。
低	矮	--	低厝(仔)—矮坪子、矮山	閩南話中形容相對較低下的非生命體多用「低」，形容生命體則多用「矮」；客家話則均使用「矮」，此類地名數量極有限，勉強可作為分辨閩、客的有標地名詞。
--	墩/段	--	—田心墩/中心段	「墩」指「面積較大的平坦階地」，坡地上階狀地農田稱為「墩田」，段為墩的別字。此類地名常見於閩西及粵東客家語區，偶見於臺灣客家語區。
1.挖 2.牛挑	1.拐、轉水(轉溝水，溝的原字為鉤) 2.牛軛	--	1.挖仔尾—十八拐/轉水角、轉溝水 2.牛挑灣—牛軛塘	1.閩南話寫成「挖」者實為「幹」的諧音別字，指「地形轉彎處(通常指河流轉彎)」；轉水為「河流突然轉彎處」；轉溝水為「轉鉤水」的諧音地名。此組地名詞是有效的閩、客式對應有標地名詞。 2.「牛挑」為「牛擔」(牛軛之意)的別字，是有效分辨閩、客的有標地名詞。
水蛙、田蛤	蛙子、拐/拐子	蛙	水蛙潭—蛙子潭/拐子湖	拐(kuai)子為拐子的客語別字，指「蝌蚪」，蛙子為青蛙的別稱；水蛙在閩南話指「大青蛙」。「拐」的發音與畚語的/kuai/相同(參：鄧曉華、王士元，2009:123)，反應客家話，可作為客式有標地名詞，蛙則不可。
虻/颯/蚊	蚊	蚊	虻仔坑、颯港/蚊子坑—蚊子樹下	閩南話將蚊子唸成虻仔，但書寫時多作蚊子，閩、客對應的有標性並不強。寫「颯」則稍有區隔性。
煨 (kinn、kenn)	鹼 (kiam)/ 鹹 (ham)	煨	煨寮—老煨寮(關西)、雞寮坑(芎林)、雞寮坪&基寮坪(國姓，同一地名的兩種寫法)	「煨」為閩南語「鹼」的俗寫。煨寮意為「熬鹼的草寮」。 1.客家語的「煨」唸成/ki/(基)或/ke/(雞)應是從閩語韻母去鼻音而來，是向閩語借詞。但「鹼」在閩南語不唸成/kenn/，只能唸成/kinn/，如此客家語不會去假借「雞/ke/」字替代「鹼/kinn/」。較合理的推論：受「煨」的字形影響，在臺灣「糞」常俗寫成「煨」，如「糞麵」寫成「煨麵」，而「糞」讀/kinn/或/kenn/均可。

臺中市大甲溪中游四區地名與客、閩族群分布之關係

The Relationship Between the Place Names and the Distribution of the Hakka and Min Ethnic Groups in the Four Districts of Dajia River's Middle Reach, Taichung City

				<p>2.若「煥」不是借詞，為何地名不簡單寫「煥寮」？而要寫容易誤解或難以理解的諧音別字「雞寮」或「基寮」。</p> <p>3.在閩南語「更、羹」與「煥」唸法相同，「更、羹」在客家語卻唸成/kang/。</p> <p>4.客家語慣用鹼/鹹來表示「鹼」，如客家成語：鹼鹹無味，雖然臺灣客家話次方言均有「煥粽」的稱呼，應還是向閩語借詞。</p>
拔仔、拔雅、那拔	机仔	--	拔仔林—机仔園	左列皆指番石榴。拔與机皆為訓讀代用字，可作為分辨閩、客的有標地名詞。
茛菜、旺來	王梨(黃梨)	--	茛菜宅、旺來宅子—黃梨園	茛、旺、王之音均從「王」，而不從「鳳」。客語的王與黃均唸/vong/，故黃梨應為王梨之諧音別字。但潮汕話也用黃梨，故僅可以茛菜作為閩式有標地名詞。
圭柔	雞油	--	圭柔—雞油	圭柔、雞油：檳樹。按：柔的本字為「榆」，榆屬中古〈喻母〉，因此才有閩南話音/jiu ⁵ /、客家話音/iu ⁵ /或/jiu ⁵ /的對應關係，圭柔、雞油為榆的諧音代用字，故此組這地名詞是有效的閩、客式對應的有標地名詞。
松樹	榕樹	--	松樹腳—榕樹下	臺灣閩式地名中榕樹皆寫成「松樹」，故必須確認地名所指為榕樹，才具有區隔閩、客的有標地名詞的意義。
吉貝、班芝	木棉	--	吉貝壩、班芝埔—木棉樹下、木棉料	班枝花、班枝花、班脂花、攀枝花、吉貝：均指「木棉樹」。《本草綱目》：「木棉有二種：似木者名古貝，似草者名古終，或作吉貝者，乃古貝之訛也。……今人謂之斑枝花」。由於吉貝、班芝等地名與臺灣原住民有關，故可推論應來自古南亞語或南島語。吉貝/班芝對應木棉可作為分辨閩、客的有標地名詞。
劊	殺、宰	--	劊人埔 - 殺人坑/宰豬崎	「劊」意同於殺、宰，鄧曉華與王士元（2009：166-167）認為源自南島語，故「劊」可視為閩式有標地名詞。
兜(tau ⁴⁴)	--	--	嶺兜—	「兜」為「附近或接近」之意，這類地名普遍見於閩南及粵東閩南話區，但較少見於臺灣。

隙	缺	--	隙頂、隙仔溪— 官路缺、缺仔	隙/缺為「缺口」之意，通常指「道路所經的隘口」之意。可作為分辨閩、客的有標地名詞。
媽	婆/嫲、婆太、 牯	婆	林 媽 潭 — 河 婆、婆太坑/鴨嫲 (常訛寫成麻)坑 /大石牯(常訛寫 成古)	1.帶有「媽」尤其是「姓氏+媽」為閩式專用地名詞；詞尾加語助詞「嫲」為客家話指稱「陰性生物(尤其是較年幼者)」的有標詞；雄性有標詞則為「牯」。據信這組有標地名詞應是習染自中國西南方少數民族。 2.「婆」在閩南話中內外有別；「婆太」則可作為客式有標地名詞。
x仔(子)x	xx子(仔)	x子(仔)x	桃仔園—矮坪 仔	1.地名中使用詞嵌入(infix，又稱詞中綴)「仔」的現象，是閩南話的習慣；附加「仔」作為詞尾(suffix)則是閩、客話共通的習慣用語，但在閩語中通常帶有「較小」之意。 2.客式有標地名詞「xx仔(子)」對應閩式有標地名詞「x仔(子)x」，但數量不多。 3.閩式通常寫成「仔」(閩南及臺灣唸成/a/，粵東唸成/iann/)，作為客式地名詞較常寫成「子」(海陸、饒平客語唸成/er/，四縣客語唸成/e/)。
泔(ciann ⁴¹)	淡	淡	泔水港、泔洲—	「泔」之意通「淡」，其正體字為「糞」，為閩南話慣用的俗體字。「泔」是有效的閩式有標地名詞。
礮、埭(岱)	礮	--	礮石/青礮；後江 埭/陳岱——礮 頭/下礮	1.「礮」(bok ⁸)或作「石剝」，通「駁」字，指「堤防」之意。同見於粵東客語區與閩語區的地名詞，但不見於臺灣閩語區，可作為客式有標地名詞。 2.「礮」(文讀唸/hok ⁷ /、白讀唸/hak ⁸ /)指「石頭相碰的聲音」，在閩南話稱糞坑為「屎礮」，應是作為訓讀代用字。 3.「埭」常雅化成「岱」(文讀唸/tai ⁷ /、白讀唸/te ⁷ /)為「土堤」之意，常見於閩、粵的閩語區，卻不見於臺灣。
學老/佬、鶴 佬、貉老(以客 家話唸均為	客、客家語區 縣級地名(如 鎮平)	--	學老爐、學老 窩、貉老坪—客 洞、大客(庄)、	1.此處的「客」指客家或客家人。 2.「學老/佬」為廣東客家人對閩南人的稱呼，是一種他稱地名，故可視為閩、客

臺中市大甲溪中游四區地名與客、閩族群分布之關係

The Relationship Between the Place Names and the Distribution of the Hakka and Min Ethnic Groups in the Four Districts of Dajia River's Middle Reach, Taichung City

<p>/hoklao/ ; 福興 (適用於臺灣及廣東)、閩南語區縣級地名 (如漳浦厝)</p>			<p>客寮</p>	<p>混合式地名。 3. 「貉老/鶴佬」是客家人對閩南人的蔑稱 (目前已經不再使用)。 4. 福興與廣興均是臺灣常見的地名，福興指講閩語的福建人興旺；在臺灣，廣興無法有效區隔廣東裔閩、客族群之差異，故不用。 4. 此類地名詞均屬於他稱地名詞，是位於閩語 (或客話) 區的客家話 (或閩南話) 方言島。反過來暗示著其周邊大區域是屬於閩南話區 (或客語區)。</p>
<p>--</p>	<p>畚、峯/傘、斜/祠、那</p>	<p>--</p>	<p>—黃畚/登峯 (亦作頂斜)/下溪斜/黃祠、那坑坪/那寮</p>	<p>1. 根據蔣炳釗 (2008 : 38) : 「《廣東通志》: 畚與峯同，或作畚」。作為地名詞，「畚」見於粵、贛、閩；「峯」見於粵、贛，卻不見於閩。 2. 斜/祠為畚或峯之同音別字 (黃志繁、周偉華，2009 : 76)，「斜」作為畚的別字在閩粵兩省具有普遍性，但「祠」則似僅限用於閩西、閩中地區。 3. 畚、峯/傘、斜、祠為畚式地名詞，按區域發展的歷史脈絡中客家人與畚族的關係，以及目前廣東畚族人的日常用語已經改用客家話 (張光宇，1996)。也可視「畚」為粵東及閩西南的客式有標地名詞。在臺灣，峯、畚作地名詞只見於客家地區之民間古文書中，未見於目前各種地圖中。 4. 「那」應為中國西南屬於漢藏語族的少數民族指稱「水田」的有標詞，「那寮」為「田寮」之意，中國南方常見「那寮」地名。臺灣客家人雖也將「田寮」稱為「打林(na)寮」 (廖景淵，2009 : 156，不知是否也源於此?)，但未見臺灣客家區有「那寮」之類的地名。</p>

資料來源：修訂自：李科旻、韋煙灶、黃敏鈴，〈新竹鳳山溪流域地名與客、閩族群分布之探討〉，頁 84-123。

附錄 2

大甲溪中游四區客、閩式地名表

地名屬性	石岡區	豐原區	新社區	東勢區
閩式地名	梅仔樹腳 崁仔腳 頂山 連厝 酸仔樹腳 林厝 九房厝 羅厝 陳厝 衫仔窟	朴仔口 翁仔社 頂潭腳 鑣仔坑口 坪頂 井子腳 考杓腳 社皮 大湳 下溪洲 頂街 三張公厝 車路墘 溝子墘 傅厝	羅厝 張厝 傅厝 山頂 大湳 湳堀 水頭廖厝 山腳 黃厝 大崎腳	劉厝 鄧厝 吳厝 楓樹腳
客式地名	石崗仔 崁下(萬安里) 上坑 山下 南眉 食水崙 ¹⁷ 炭窯崙 崁下(和盛里)	上圳寮 崎下埔 上南坑 烏牛欄 橫排	食水崙(食水坑) 崙石 上社 八叢樹下 上水底寮 大排 矮山坪(下坪) 三崙(三窠)口 三崙(三窠) 二崙(二窠) 二崙山 頭崙(頭窠) 頭崙山	上埤頭山 石圍牆 科底鍋 上坑 上圓墩 石崙 上石崙 下石崙 芭蕉下/香蕉下 上校栗埔 支寮背 大樟樹下 趙屋

¹⁷ 石岡之食水崙與新社區之食水崙為同一溪流之上、下游關係，故不重覆列入統計。

臺中市大甲溪中游四區地名與客、閩族群分布之關係

The Relationship Between the Place Names and the Distribution of the Hakka and Min Ethnic Groups in the Four Districts of Dajia River's Middle Reach, Taichung City

			大崙底 新六村(上坪)	伯公壠 中崙 橫龍 小中崙 大窩 中崙 伯公坑 上高簡 頂中崙 上高簡 新伯公 上城 羅背 下段 上段 燥坑 大排 大排羅屋 牛欄坑 龍背
閩、客混合 式地名	崁下腳			頂中崙 山凍社

資料來源：臨時臺灣土地調查局，《臺灣堡圖》第 122 幅〈罩蘭〉、第 123 幅〈東勢角〉、第 127 幅〈后里〉、第 128 幅〈葫蘆墩〉（臺北：日日新報社，1904）。豐原市公所，〈臺中縣豐原市行政區域圖〉（臺北市：內政部，2005.12）。石岡鄉公所，〈臺中縣石岡鄉行政區域圖〉（臺北市：內政部，2005.12）。新社鄉公所，〈臺中縣新社鄉行政區域圖〉（臺北市：內政部，2005.12）。東勢鎮公所，〈臺中縣東勢鎮行政區域圖〉（臺北市：內政部，2005.12）。內政部，《地名資訊服務網》，網址：
http://gn.moi.gov.tw/GeoNames/GNMap/map_Admin/map/MapMain.aspx#（檢索日期：2018.06.01）。

GPN
2010301779



區域與社會發展研究

第十一期

國立臺中教育大學區域與社會發展學系
區域與社會發展研究編輯委員會

發行人 / 王如哲

主編 / 許世融

編輯委員 / 許世融、梁承澤、吳幸玲、謝儲鍵、錢富美

執行主編 / 謝儲鍵

承印者 / 立得影印行
臺中市西區金山路 21 號
(04) 22236611

出版日期 / 中華民國 109 年 12 月

國立臺中教育大學區域與社會發展學系

「區域與社會發展研究」稿約

- 一、本學刊採全年徵稿隨到隨審方式，於每年十二月固定出刊。
- 二、本學刊專供發表相關區域與社會發展範疇且未在其他刊物發表之純學術性論文。
- 三、本學刊歡迎校內外專家學者投稿，來稿文責自負，須經本學刊編審委員會送外審通過後始予刊登。
- 四、每篇字數以兩萬字為原則，超過部份請撰稿人自行濃縮精簡。撰稿書寫原則請參照本系「研究與發展」網頁「期刊論文規範」規定。
- 五、稿件如經採用，贈論文電子檔與期刊紙本一份，不致贈稿酬。
- 六、投稿時請備妥電子檔案，並繳交「投稿者基本資料表」及「授權書」（電子檔請至本校區域與社會發展學系「研究與發展」網頁下載使用），論文檔案連同上述文件請以電子郵件寄送到本校區域與社會發展學系期刊信箱ntcu.rskenyu@gmail.com。
- 七、為確保文稿之正確，採用稿件打字後之校對工作將在排版後委請作者自行處理。
- 八、投稿著作所有列名作者皆同意其投稿之文章經本刊刊登後，無償授權本校區域與社會發展學系及與本系簽約之論文資料庫，進行數位化、重製等增值流程後收錄刊登於該公司資料庫與區域與社會發展學系網頁，以電子形式透過單機、網際網路、無線網路或其他公開傳輸方式，提供用戶進行檢索、瀏覽、下載、傳輸、列印等。為符合資料庫之需求，並得進行格式之變更。

區域與社會發展研究編審會敬啟
通訊處：臺中市民生路140號
國立臺中教育大學區域與社會發展學系
電話：04-22183422