

探討傳統市集面臨大型購物中心進駐之影響研究

(以宜蘭市南北館市場及新月廣場為例)

薛方杰^{1*}、蔡偉仁²

¹ 國立宜蘭大學建築與永續規劃研究所 助理教授

² 國立宜蘭大學建築與永續規劃研究所 研究生

摘要

「傳統市集」此一存在於台灣傳統記憶中的消費場域，除提供民生之必需品外，也支持著攤商的經濟生存，而此一空間不但是消費場所，同時也是訊息交換、聯絡感情以及人際交流的中心。宜蘭的傳統市集在面對大型購物中心進駐後，會產生何種影響又應如何對應，則為本研究所欲探討之主題，本文透過空間結構理論，以空間元素結構、組織、邏輯與構成歷程探討宜蘭地區之歷史演化脈絡，並以深度訪談與現地觀察等方法進行第一手資料收集與分析。

研究分析發現宜蘭地區民眾在購物行為上，受商品形態、採購機動性、消費環境、情感與記憶、價格彈性與購物時間等因子影響最為明顯。而傳統市集具有：平面式與沿街廓分佈形態，可及性與機動性強、貨物新鮮且具較多選擇與議價空間、長期購物建立之情感與信任感、人際交流性高、民眾相對較不受上班限制而影響購物等優勢，但環境衛生、廢棄物與交通等問題則最為民眾詬病；而目前面對大型購物中心競爭下，除生鮮商品外對其他業種有較大之影響，應透過都市計畫與合宜之更新方式，保存傳統市集之歷史感與優點並重新賦予生機。

關鍵字：都市變遷·空間結構·消費行為分析·記憶空間。

Study of community equivocate for elderly aging in local place

Fang -Jye Shiue^{1*} and Kuan-Chih Pan²

¹ Assistant Professor, Graduate Institute Of Architecture
and Sustainable Planning, National Ilan University . Taiwan

² Graduate Student, Graduate Institute Of Architecture
and Sustainable Planning, National Ilan University . Taiwan

Abstract

This study focused on how to help elderly in the community for aging in local place, as well as the characteristics and demands of the elderly activities in the community. Literature survey, interviews and data analysis were conducted in this study, understanding of the past literature, the subjects being studied and problem analysis aggregator, and on the basis of the psychological environment for the elderly, community for care and social support to explore and discuss, The authors concluded that: in addition to community activity centers, other stay points should be planned in order to enhance the convenience and accessibility for the elderly, it will also increase the social behavior of the elderly; Avoid too much stress on the overall environment of the community unit plan, the neglect of the elderly for the needs of aging in local place; the mutual benefits between the elderly and the community should be considered in addition to the community outside the environmental planning; and realize the inter-relationship between the environment the community provides and the elderly social support through the elderly behavior.

Key words : community for care, aging in place, social support, Environmental project

一、緒論

每日早晨的叫賣聲，貨品進進出出熱鬧氛圍，這裡是家庭主婦以及採購一族每天清晨必定造訪的場所。除了新鮮蔬果、漁貨、肉品、乾貨外，近年來也陸續出現了一些價格便宜的家庭五金或是居家衣飾，滿足了顧客們一次購足的採購需求。這樣的消費型態曾經存在於台灣的傳統記憶中，供應了無數人生活所需的物品，也支持了許多商家的生存。這裡除了是消費的場所之外，也是交換訊息、聯絡感情、以及人際相互交流的所在，這就是本研究的「傳統市集」宜蘭市南館市場（圖 1）。



圖 1 宜蘭市南館市場

或許，許多人都曾覺得傳統市集是混亂的、骯髒的、擁擠的，吵雜的。但慢慢的隨著時空的演替，都市中的這些傳統市場與市集逐漸在不敵超級商店以及現代化大型商場的競爭而消逝後，讓人又不禁回憶起傳統市場裡震天嘎響的殺價、寒暄聲，以及精挑細選、挑肥嫌瘦的購買方式；在這裡你可以隨著自己的荷包肥瘦、心情、需要以及物品的美醜自由搭配、選擇自己所要買的物件及數量，也想盡辦法的跟老闆建立點關係，希望能以最低的價錢，買到最便宜、最漂亮的物件，最好還能拗到一點蔥或蒜；而不經意遇到了熟識的鄰居或同事，時而開心寒暄、也時而尷尬躲避。除了購買，這裡還有心情、訊息與人際的交流，在老顧客的心中，非常知道那個商家最有誠信，賣的東西物美價廉、那個商家親切有禮、那個商家錙銖必較、又有那個商家不夠老實！在這裡人與人的距離很近、訊息傳遞的很快、情緒表達的更是直接。等到這片混亂、擁擠、吵雜突然被乾淨、寬敞、安靜、迅速的現代化的大型商場所取代時，人們真的全然覺得這是都市進步的象徵而滿心喜悅？心中沒有一點遺憾和眷戀？沒有一點回憶過往生活的惆悵...

1. 研究動機

2006 年雪山隧道在千呼萬喚中終於正式開通，連接台北與宜蘭間的國道五號高速公路全線通車，大幅的提升了交通的速率、承載量以及安全性，將過去動輒三個多鐘頭的交通時間，有效縮短至一個小時之內，除了觀光客的大量湧入外，聰明、反應快速的商人當然早已嗅到了商機，而早早的、悄悄的展開佈局，希望能在此處獲得豐盛的營收，從雪山隧道開通前後的土地、房地產的價格波動，以及飯店、商家數量的大幅增加中，就明顯可以看出投資、投機、炒作等行為均相準了此地，而競相競逐。在此一過程中，大型購物中心也在政治人物期待地區有所設「建設」與



圖 2 宜蘭市新月廣場

「開發」、當地居民希望能拉近與台北的文化、資訊與消費差異、投資商人希望能獨占鰲頭地擁有優先進駐的優勢之下，一所號稱東台灣最大的購物中心-「新月廣場」(圖2)，在2008年的尾聲中，盛大開幕。

新月廣場的進駐在都市計畫、環境保全、交通動線、文化衝擊...等多種面向上均引起諸多討論及爭議，但最後仍定址在宜蘭市原縣政中心的土地上，而在快速興建起的巨大複合式商場中，包含了各種專櫃、各類速食店、餐飲店、書店、遊戲場、飯店，以及大型商場「家樂福」。開幕當天，吸引了許多的人潮排隊等候入場與消費，周邊的交通與環境為之大亂，雖然縣府及商家派出了許多的警力及人員維持交通，但仍造成周邊道路的堵塞。在此同時，鄰近的傳統市集「南、北館」市場，也如臨大敵、藉機使力的，而於市場周邊聚集了非常多的攤商，將物品朝向道路邊緣堆放，除了企圖爭取商機、也為了相互較勁、宣示傳統主權。

從開幕時的現象中，可以瞭解到，大型購物中心的進駐，難以避免的會衝擊到宜蘭地區的消費行為與都市紋理，而周邊傳統市集當然也首當其衝、無可避免的必須要面對商業的競爭，一場大型購物中心與傳統市集的戰爭，儼然拉開序幕；而宜蘭這塊號稱台灣淨土的地區，是否會如同西部地區一般，隨著大型購物中心的進駐，而掃蕩、驅逐了傳統市集？還是會衍生出大逆轉的劇碼，反向的更鞏固了傳統市集的競爭力與改造驅動力，而使得大型購物中心黯然失色？亦或是產生更特殊的變化，使得兩種商業型態間發展出不同的特質及競爭力，而共同存續？這些都是值得同時具有「在地子弟」以及「研究者」身份的本人，深入探討與調查記錄的學習歷程。

因此，本研究將針對大型購物中心與傳統市集間的相互關係與影響性切入，透過實地的訪查、記錄與分析，深入瞭解各種參與者的想法、感受與評價，以探索其中的相關議題與變化、所得與損失，以及建設與破壞。希望能對這片土地上的發展歷程與印記，予以忠實紀錄並提出相關貢獻。

2. 研究內容與目的

本研究透過上述研究背景與動機，將範圍著重在宜蘭市中心區域範圍(圖3)，以新月廣場購物中心與南北館市場為主要研究空間場所部分，如何將二者藉由本研究分析下，針對都市擴張、變遷所發生的問題作一探討及擬訂改善方向，並分析都市設計規劃理論來檢討都市空間急速變化後所衍生之議題。

綜合以上研究內容與目的，本研究綜合整理歸納出下列三大項目：

- (1) 研究傳統市集與大型購物中心在都市中所扮演的空間場所角色與定位？
- (2) 藉由實際案例探討大型購物中心造成宜蘭市都市空間變遷所面臨的影響與問題？
- (3) 分析宜蘭市居民對於傳統市集的消費想法與改進策略。

以上分析希望將綜合本研究的範圍與方向進行整合，提供宜蘭縣在未來

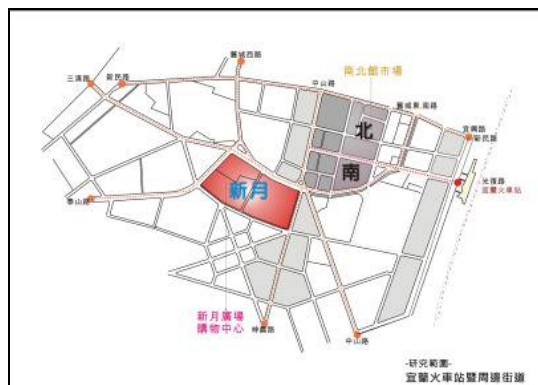


圖 3 研究範圍位置示意圖
資料來源：本研究整理繪制

都市規劃設計上，讓相關單位有參考依據與方向。

3. 研究設計與流程

綜合前面的動機、目的、內容及組織方法，本研究以據題目的主旨與目的的設計擬定了五個階段、十個步驟，首先是緒論的部分裡面包括研究動機、目的及研究範圍內容釐清與建立和設計，在文獻分析回析中主要分為四個項目：

(1) 宜蘭市都市發展-Yi-Lan City Urban Development

為要研究都市發展過程及歷程，因此宜蘭縣內都市規劃相關資料收集是本研究非常重要的一環。

(2) 消費型態分析- Analysis of the consumption patterns

因為本研究主要是研究大型購物中心與傳統市集，所以透過部分消費者消費的範圍與主要消費據點，了解消費者他們的心理與消費方式。

(3) 空間需求分析- Space needs analysis

將研究範圍的傳統市集-南北館、大型購物中心-新月廣場這二個空間範圍與需求加以分析調查。

(4) 空間結構理論- Spatial Structure Theory

尋找空間結構理論的書籍與相關文獻彙整得知這樣理論對於本研究的相互關係及運用。

接著研究架構之建立透過現況調查記錄、深度訪談，從實質環境調查，收集這些資料後經由整理與釐清可以修正與補充之前調查的不足部分，反覆的修正調整作為本研究更完善周全的資料記錄，也會將這樣的研究與反思結果訂定下結論與相關建議，為了讓本研究發展流程更加順利，因此擬定本研究流程過程（圖 4）。

二、 相關文獻回顧

本章文獻回顧中，主要探討主題分為四大部分，首先在第一是針對各類型都市型態進行探討及歸納，而隨著近年來永續規劃發展觀念逐年普及，新一代都市發展理念則慢慢走向永續再生的目標進行，在許多國內外學者對於這樣的改變也有相當多的文獻記載，都市發展與都市居民生活消費型態有著密切的關係，從消費型態衍生出消費空間範圍與消費類型分類，這也是第二將探討的議題，第三將從空間需求分析進行了解大型購物中心（新月廣場）與傳統市集（南、北館市場）在空間使用需求上二者差異，文獻回顧最後是想經由空間結構理論作為學術上的佐證分析，透過空間結構理論的相關文獻書籍分析宜蘭市都市空間結構的獨特型及差異性。

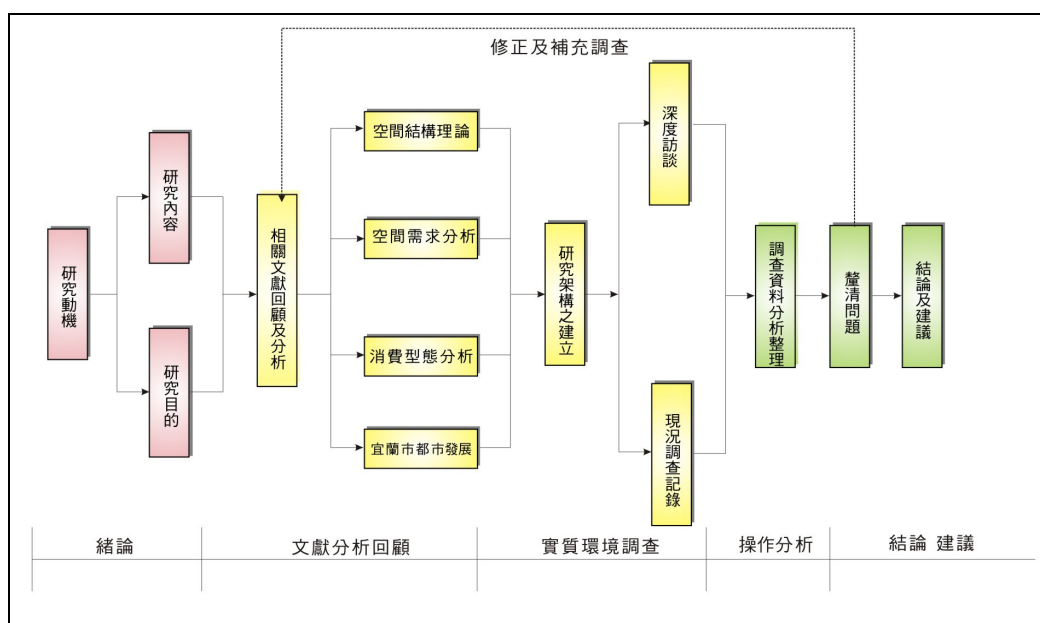


圖 4 本研究流程圖

1. 都市型態發展

綜觀國內外，都市發展規劃模式相關理論種類相當繁多。過去在十九世紀漸漸發展出線型都市（the linear city）、田園城市（the garden city）、當代都市（contemporary city）以及都市計畫單元開發（planned-unit development；PUD）與群聚(cluster)。

(1) 當代城市（Contemporary City）

科比意（Le Corbusier）藉由技術分析與建築辯證的方法，於 1922 年草擬了一份三百萬居民的當代城市規劃，提出將建築物集中高層化，擬設立 24 座摩天大樓，令建築物的用地面積應該只佔全市 5%，騰出廣大

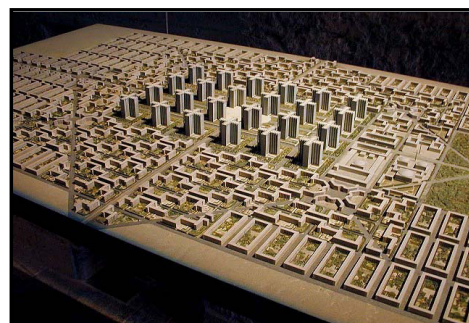


圖 5 當代城市規劃模型圖

空間廣設公園和運動場，讓建物遠離充滿塵囂的主要街道及高速道路，大樓四週將環繞著公園，綠地佈滿整個都市。道路高架化區分為慢速、普通、高速，地鐵取代原有的有軌電車，建立迅速有效率的交通網路，根據運輸功能和車行速度分類設計，採用方整的棋盤式道路網，配合高架、地下等立體的交通系統，以獲得較高運輸效率。於市中心規劃一座車站位於地下兩層，汽車道則規劃於車站的兩軸，車站的屋頂是機場；因此，市中心的車站成為鐵路、航空和汽車交通的匯集點。城市住宅公寓建造成沒有中庭、遠離道路、窗戶面向廣闊的公園；呈現鋸齒狀或封閉狀的住宅社區（圖 5）（Corbusier，1925；葉朝憲譯，2002）

(2)消費型態分析

A.市井：傳統市場

市井的最早含義就是城市中的市場，是城市的一大標誌，但是市井又成了城市的代稱。早期的市，不但沒有時間的限制，而且沒有固定的店鋪，人們帶著物品在日中來到市場，在日落之前必須交易完畢，這很像古代農村裡的『趕集』及『趁墟』。但是日久還是會依據區域、產業特色而形成米市、柴市、早市、夜市、廟市，如宜蘭城最早出現的米市街就是一例。

清代宜蘭城的市場在各街路邊，大約在上午 8 點開市，下午 7 點收市，地點在振南街邊（薪炭）、米市場邊（穀類）、天后宮前（糕餅類）、十字街頭（熟肉類）、中北街邊（生肉及蔬菜）、十字街邊（蔬菜）、崁興街邊（薪炭及蔬菜）、北門街邊（薪炭及豬菜）。任何人皆可在這些街路兩側陳列貨品販賣，但要對臨路店鋪每年繳納借地報酬。在路旁營業時不必繳納稅捐，每年隨各人之意，捐出普渡等祭典經費即可。

B.宜蘭街小賣食料品市場

日治後，基於衛生理由，設立市場，最初可能是在文昌宮¹，明治 44 年（1911 年）12 月 16 日設立宜蘭街小賣食料品市場，明治 45 年（1912 年）1 月 24 日舉行開場式，佔地 1 甲 2 厘 5 分，建地約 411 坪。『宜蘭群役所，1985:41；（台灣日日新報），明治 45 年 1 月 22 日；大正 15 年 10 月 12 日昭和 12 年 9 月 9 日』昭和 7 年（1932）4 月宜蘭街在西門街文昌宮右鄰開設第二市場。『（台灣日日新報），昭和 13 年 10 月 6 日』（林正方，宜蘭城與宜蘭人的生活）²

(3)空間需求分析

A.宜蘭市傳統市集發展

由於宜蘭舊城係早期發展地區，城內雖具備豐富的歷史文化資源，但相對的較為零散的都市空間解構與遲滯的商業活力，也模糊了宜蘭市在縣內整體都市階

¹參考資料：（台灣日日新報）昭和 3 年 10 月 6 日（宜蘭街將開設西區第二市場）：『新市場預定設在西門街文昌宮右鄰，舊市場地址』。

²參考資料：林正方，宜蘭城與宜蘭人的生活，宜蘭縣政府文化局，民國 93 年

層與機能的定位。從宜蘭地區所發展出來的傳統市場來探討地區傳統市場的重要性。

本研究所要探討的對象為傳統零售市場，相關之定義有以下幾種：³

(A)市場：

廣義的-指物品銷售時所有相關之事務皆可稱之，為一種抽象的理念組織。

狹義的-指一般商販聚集營業之場所稱之，為一種具象之空間組織。而就一般交易型態可區分為：批發市場、零售市場二類。

a.零售市場：零售商與一般消費者之間之交易場所。

b.傳統市場：是指設定固定攤位及店舖或僅設置固定攤位，銷售日常生活之物資與物品零售業者集中營業的場所，而其經營形式以一般消費者直接接觸攤商，空間型式為每攤位各自獨立且多為長期發展形成。

(4)空間結構理論

研究主體方向將都市居住空間行為作為調查單位，以居民單戶人口數、教育程度、平均年齡、家庭收入、工作性質作為主要分類，然而傳統住宅空間存在著一個人與人之間網絡關係，這樣的網絡關係通常是以一個聚落或一個村、一個庄作為空間範圍，結構出整個生活習慣、文化背景及空間型態樣貌，且都塑造出獨特於不同區域的生活步調，回歸於現今社會中以看不到比較細膩的空間區分範圍，也將從聚落、村、庄...轉化成街道、巷弄、社區，不同於傳統的是人與人之間的情感面變淡了，過去可能住你隔壁的是三叔公、二伯、大嬸婆，但現在或許你根本不認識你的鄰居，他們也許與你是陌生關係甚至出現很多台北外來的投資客只有假日才會過來住，久而久之哪空間情感結構慢慢淡化時，人跟人之間的緊密性沒了。

集體記憶與生活涵構成為都市間情感連結的關鍵原因之一，傳統市集將扮演這樣重要的角色與地位，生活環境強調的是情感關係在市集裡面很容易的就可以衍生出，婦人往往都知道哪一間的魚貨比較新鮮;哪一間的蔬果是當地現採的;哪一間的黑豬肉便宜又好吃;雜貨一定要到哪間買...也將殺價變成一種增進情感生活的一個相互關係。市集場所可將建築物圍塑出的方格空間，一一的化解並構築出新的生活方式與相處關係，都市環境的聚落模式演化出另一個面貌，也從空間結構理論去分析探究之間關係。

陳坤宏(1990)在「空間結構—理論與方法論」一書中，選取與商業中心的性質及消費空間層級結構兩方面相關的理論與研究加以回顧，經歸納後依理論根源及方法論將其分為二大分支理論：(一)中地理論研究取向的消費空間結構理論；(二)消費者行為、認知及社經階層研究取向的消費空間結構理論。此外，他認為在都市商業及服務設施區位之消費者取向的要求之下，消費者行為對商業空

³參考資料：邢志航，由攤商經營探討傳統零售市場重建規劃成效評核之研究--以

間結構的影響更為明顯而直接，一般來說，發生在都市中商業地區的消費活動大都以具體、有形及可觀察到的外顯行為的形式呈現。

A.空間結構論述：空間結構-理論與方法論⁴

空間結構-理論與方法論：

地表各種活動與現象之位置相互關係及意義的描述，方向、距離、區位及區域等不是本體，也不是絕對性，其又分為二種空間論下去做比較分析（表 1）。

(A)絕對空間：1950 年前-強調人文元素及意義。

(B)相對空間：1950 年後-追求空間型態的法則。

表 1:絕對空間、相對空間理論分析表

	絕對空間論	相對空間論
年代	1950 年代以前	1950 年代以後
理論根源	I.Newton 的絕對物理空間	A.Einstein 的相對空間
代表性人物	I.Kant , A.Hettner , R.Hartshorne , P.V.delaBlache 等人。	F.K.Schaefer , W.L.Garrison , H.H.McCarty , W.Bunge , B.J.L.M.H.Yeates , P.Haggett , T.Hagerstrand 等人。
派別	區域傳統	空間傳統
研究重點	強調人文元素及意義	追求空間型態的法則

(A)空間 (Space)：

空間經由自然式社會過程的運作，而被組織起來的方式。

(B)結構 (Structure)：

是指構件與構件之間的關係以及這些構件是如何被結構出來的。(圖 6)

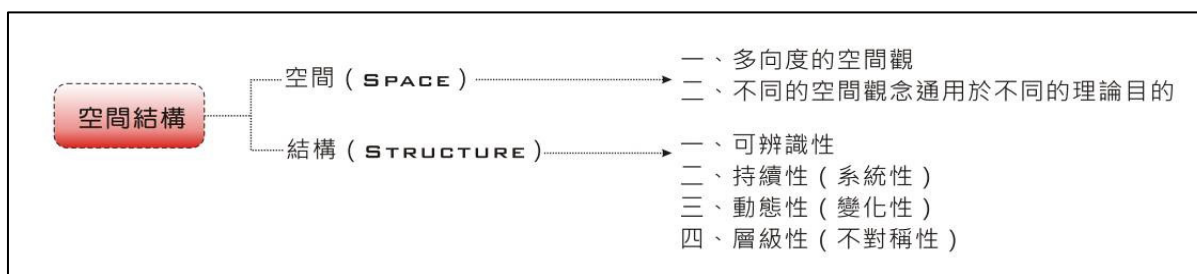


圖 6：空間結構分支圖

從文獻分析看出都市空間脈絡的演化與都市消費行為紋理相當大的關係，在空間結構理論提起的集體記憶空間和生活涵構相互關係與本研究的傳統市集消費情感面有所呼應，在空間結構的組成之文獻探討更一步的了解空間結構歷程與脈絡，以上文獻探討給予本研究直接與間接的關聯性。

三、 研究分析、探討

⁴參考資料：陳坤宏（1991）。空間結構-理論與方法論。台北：明文書局。

1. 宜蘭傳統市集發展歷程分析

本研究針對宜蘭市傳統零售市集的幾個據點，透過宜蘭市志大事記進行資料收集也從民國 68 年到民國 89 年書籍內所有的紀錄整理於 (表 2)，也由整體歸納了解宜蘭市傳統零售市集的經營運作狀況為何，及宜蘭市市場分佈位置和基本資料於 (表 3)，所宜蘭市市場分佈位置看出，街墘與道路之間關係也了解宜蘭城的傳統市場發展變遷是由早期地方祀堂家廟與寺廟古蹟位置的分佈作為發散(表 4)。

以南北館市場為例主要銷售的貨品如：蔬果、畜肉、魚蝦、禽類、飲食、南北乾貨、百貨、什貨、特產、糕餅、服飾、五金電器、食品、中藥、等其他商品，因為許多民生必需品都是每日需要消費的貨品，因此傳統市集的發展分佈位置與居住環境有關聯性。

表 2 宜蘭市傳統零售市集大事記

事件時間點	內容/資料來源	註記
明治 44 年	■ 日治時期的宜蘭市場入口。宜蘭市場初建於 1911 年(明治 44 年)，後經過多次改建及整修，成為現今的南北館市場。(宜蘭縣民眾生活史)	以前的宜蘭市街平面化經營。
民國 68 年 6 月 1 日	■ 宜市南館市場改建工程一、二樓店鋪開始正式營業。『中國時報-68-06-02』	改建成立體化的消費空間。
民國 69 年 5 月 5 日	■ 南館市場改建完成全部正式營業。『中國時報-69-04-23』	開始立體化的空間營運。
民國 76 年 4 月 17 日	■ 北門攤販市場攤位乏人問津，舉行第三次公開招租。『中國時報-76-04-11』	北門市場目前為黃昏市場。
民國 78 年 2 月 27 日	■ 中央市場封閉，改闢為停車場。『中國時報-78-01-15』	
民國 78 年 11 月 2 日	■ 綠九市場業者抗議未徹底取締市場外圍流動攤販。『中國時報-78-10-04』	
民國 89 年 5 月 25 日	■ 南、北館市場北上立法院陳請。百餘名業者不滿『台灣省零售業市場管理規則』規定承租攤位不得轉讓、轉租，北上陳情。『宜蘭文獻雜誌 45:159』	又改回適合消費者購買的平面化經營模式。

以南北館市場為例主要銷售的貨品如：蔬果、畜肉、魚蝦、禽類、飲食、南北乾貨、百貨、什貨、特產、糕餅、服飾、五金電器、食品、中藥、等其他商品，因為許多民生必需品都是每日需要消費的貨品，因此傳統市集的發展分佈位置與居住環境有關聯性。

表 3: 宜蘭市傳統零售市集分佈位置與基本資料

宜蘭市中心傳統市場分佈位置			
	1. 西門市場	基地位置：宜蘭市文島路6-1號 使用分區：零售市場用地 基地面積：1353平方公尺 (412坪)	樓層數：1F 構造：混泥土鋼架 興建時期：約民國40年 使用情形：乾麵、廟裡小吃
	2. 北門市場	基地位置：宜蘭市龍城東路123號 使用分區：零售市場用地 基地面積：593平方公尺 (230坪)	樓層數：1F 構造：混泥土鋼架 興建時期：約民國5年 使用情形：小吃、蔬菜、魚肉類
	3. 東門市場	基地位置：宜蘭市龍城東路123號 使用分區：零售市場用地 基地面積：1432平方公尺 (433坪)	樓層數：1F 構造：磚(木)瓦造 興建時期：約民國41年 使用情形：沿街餐飲店、住家
	4. 中央市場	基地位置：宜蘭市龍城東路與民路交會處 使用分區：商業用地 基地面積：1955平方公尺 (594坪)	樓層數：1 構造：鋼筋水泥 興建時期： 使用情形：停車場、魚市場
	5. 北館市場	基地位置：宜蘭市光復路183號 使用分區：零售市場用地 基地面積：4354平方公尺 (1326坪)	樓層數：1、2F平房 構造：磚筋水泥 興建時期：約民國54年 使用情形：內部傳統市場、外側沿街賣場
	6. 南館市場	基地位置：宜蘭市光復路125號 使用分區：市場用地 基地面積：4388平方公尺 (1327坪)	樓層數：地下1F、地上4F 構造：鋼筋水泥 興建時期：約民國59年 使用情形：生鮮攤販、沿街商店、遊樂場

表 4: 宜蘭市中心重要人文資產分佈

宜蘭市中心重要人文資產分佈	
	<ul style="list-style-type: none"> 1. 游氏家廟盛蘭堂 2. 游氏家廟立雲堂 3. 林氏家祠堂追遠堂 4. 賴氏祠堂穎川堂 5. 鄭氏家廟廟孝堂 6. 黃氏家廟建和祠堂 7. 鍾何祠堂瑞蘭堂 8. 蔡氏祠堂怡和祠堂
	<ul style="list-style-type: none"> A. 昭應宮 B. 城隍廟 C. 文昌宮 D. 新孔廟 E. 五穀廟 F. 碧霞宮

目前情況：

南館市場、北館市場目前仍處可供勉強營運狀況，除消費人口不足、房舍老舊、場外流動攤販競爭、缺乏停車卸貨空間外，市場內販售的商品組成（業種、業態）未見統一規劃，整體市場行銷不具競爭力，才是今日兩大市場面臨營業困難的主因。（出自於：宜蘭市中央停車場、南館市場、北館市場及東門、西門、北

門市場更新可行評估-規劃報告書)

2. 宜蘭傳統市集優劣性分析

本研究主要以傳統零售市場宜蘭市南、北館市場為例，進行分析了解。也將都市商業結構中物品銷售型態與宜蘭代表點作為分析對照，傳統零售市場在宜蘭的優勢於，這裡提供了日常生活中必需品及零星採買場所，也因著主顧情感之間獨特氛圍加上商品新鮮、價格便宜、可及性高，以上這幾點就可看出傳統零售市場還是有它獨佔性的一面。(分析如下-表 5)



圖 7 土館市場位市道

根據深入訪談的瞭解，近年來南館市場營運主要競爭對象係以新月廣場家樂福為主，但由於許多的商品和貨源及消費者需求和年齡層不一，發現到南館市場本身的劣勢是需要去面對處理的，主要是許多的流動攤商佔用市場周圍土地設攤造成市場經常出入口及人行通道阻塞、擁擠的困擾，雖然有警察適時的管理但也沒辦法有效的驅除，長期的觀察也發現南館市場出入動線由於停放機車之停車空間不足，雖不減購買主婦慾望但會照成部分消費者進出有些危險，加上南館市場本身建築物一樓是採回字形內圍合一個機車腳踏車停放處(圖 7)，因此出入口往往都有機車出入，汽機車停放與交通出入是目前的問題之一。

表 5：都市商業結構中物品銷售型態與宜蘭代表點交互分析

編號	名稱/宜蘭地區代表點	銷售物品	商業型態	商品特性
1	傳統零售市場	日常生活中必需品零星買賣的市場	公有零售市場	商品新鮮
代表點	南北館市場.中央市場 北門市場.綠九市場...等		私有零售市場 黃昏市場	價格便宜 主顧情感 可及性高
2	綜合市場	生鮮食品與一般生活雜貨物品	青年商店	商品多樣
代表點	順發商店.明泰超市...等			
3	超級市場	供應包裝果菜、肉品等農產品及一般家庭生活用品	生鮮超市	商品多樣 商品保存佳
代表點	喜互惠.全聯...等			
4	大量銷售市場	銷售方式以大批交易、以物料銷售為主的市場	量販店	商品多樣
代表點	家樂福		大型購物中心	價格低 停車方便
5	百貨公司	供應多樣之商品，以食、衣、用具、電器及消費性商品為主，也對日常生活必需品銷售	百貨公司	商品質優 品牌化 環境清幽
代表點	友愛百貨、新月廣場			
6	專門商店	針對某類特殊商品陳列多樣販售之商店	煙酒專賣店	商品特殊
代表點	楊自順五金行. 打鐵店.大偉建材行...等.		五金行、飾品	專賣商店

7	便利商店	以便利性為訴求，多以食品、用品、服務性商品銷售	超商	商品多樣
代表點	統一超商 7-11、全家、萊爾富		便利店	價格統一
8	廉價商店	針對日常生活中廉價商品販售	俗俗賣	價格便宜
代表點	雜貨店...等			主顧情感
9	無店舖販賣	無店面式直接對家庭推銷有特殊訴求之商品	直銷、郵購	商品特殊
代表點	東森購物台、MOMO 購物台...等		電視購物	免出門

資料來源：本研究整理

經由以上九個商業空間分類分析發現，傳統零售市場不但是具備居民日常生活中必需品零星買賣之交流空間，也有著商品新鮮、價格便宜、深厚的主顧情感及消費可及性高，透過分類發現宜蘭縣內居民普遍喜愛的消費場所為傳統零售市場，宜蘭縣傳統零售市場有南、北館市場、中央市場、北門黃昏市場、綠九市場，而本研究主要是針對南北館市場作為深度探討對象。

3.大型購物中心與傳統市集差異

在本研究的分析發現大型購物中心與傳統市集的對比差異，經由這些差異項目看出各自的優劣勢進行相互分析比較，如消費時間、年齡層、消費行為、消費環境、商品種類、交通動線、消費可及性等相關性分析。

(1)傳統市集消費型態

在研究分析中發現**消費行為**的差異性相當重要的在於主顧情感上的交流分享，這樣的關係於模式是長期所維繫的，都市空間的結構脈絡在歷史文化變遷上傳統市集一直維持著這樣的關係，因此聯繫不只是空間層面也加深情感面向，**消費可及性**在傳統市集的消費者而言不僅機動性高，也可以有效率的購買到商品因為傳統市集空間人們是從四面八方進進出出，本研究在實地觀察與深入訪談中得知大多消費互動中許多主婦、消費者，常常可能要購買一件特定商品時，就會在他心中擬定個進出入的購買動線以便利在短時間內購買到需要的商品，而相對的在大型購物中心往往是要經由他所安排的出入動線才能完成購買的需要，在只有一進一出的空間設計上，雖然可使消費者對於商品更多的了解與認識，相對之消費時間就會因此而提高許多主婦較沒哪麼多的時間慢慢的選購。在(圖8)可以非常清楚的看出空間與行為的相互關係變化及關係輕重性。

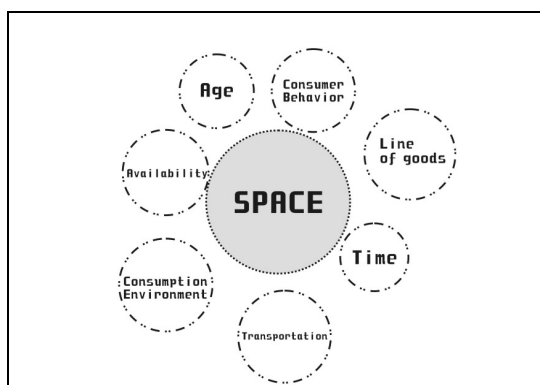


圖 8 空間分析關係 (南、北館市場)

資料來源：本研究繪製

(2)大型購物中心消費型態

大型購物中心這樣的消費空間是一種企業化同一管理規劃的概念在同個空間環境中擺入多種商品，在管理又分成前、中、後的處理模式管理，因此鮮少看到現場的豬肉屠殺分解、蔬果運送、起起落落的叫賣聲，不僅在環境上可以比傳統市集乾淨，也讓消費者在選購商品上心情的舒適度提高，在良好的購物環境可以促使有更多的購物慾望，因此在**消費環境**上大型購物中心比較於傳統市集就來的優勢，**商品種類**的選擇性上不但多樣性也分門別類的管理、處理、擺放，在大型購物中心可買到不僅僅是民生必需品還可有更多的選擇如化妝品、流行服飾、餐廳小吃、書籍、3C 電器產品...等商品，比較傳統市集僅有的民生必須品種類明顯多出許多，在**消費交通**上大型購物中心有大量的地下停車空間可方便於消費者，不會因為沒有停車空間所以沒辦法安心的逛街購物，這樣的情況是在傳統市集看不到因為在傳統市集的空間規劃上沒有預留大量的停車空間導致交通混亂及壅塞，以致消費者沒有好的消費環境，這是大型購物中心優勢幾大原因。

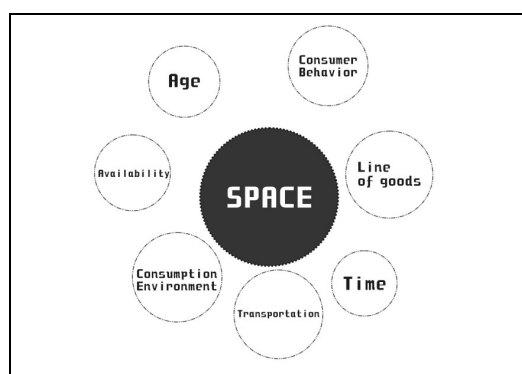


圖 9 空間分析關係 (新月廣場)

資料來源：本研究繪製

四、結論與建議

1. 結論

傳統市集面對大型購物中心的進駐，在平淡的消費型態中出現了不一樣的現象與問題，在本研究的調查、收集資料、研究、分析及整合後，匯集以下幾點研究結論。

(1) 面對大型購物中心進駐，傳統市集把握優勢

在本研究分析將傳統市集（南、北館市場）定義為都市空間一個極為相當重要的角色，面對於大型購物中心的衝擊，傳統市集保有他們原有的優勢，出入動線靈活能將消費者購買時間降底，在新鮮雞鴨豬牛魚肉類貨品也都每日新鮮配送到市場內提供消費者有新鮮貨品，加上長期消費的主顧關係產生一種情誼，因此在買賣間可以殺價或優惠給消費者，以上都是傳統市集所擁有的優勢（圖 10），若傳統市集透過市場更新可行性評估計畫將市場結合目前最欠缺的停車問題、綠地規劃及空間問題一併考量，使未來市場營運產生新的契機。

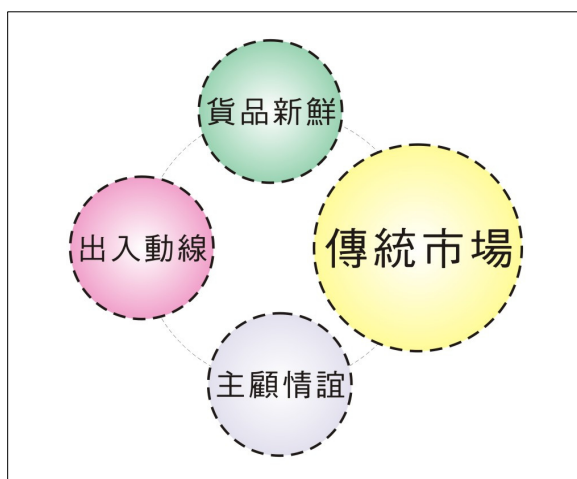


圖 10 傳統市集優勢面

(2) 現今宜蘭市傳統市集空間問題

傳統市集（南、北館市場）在空間規劃上發現到一些問題，如停車問題、周邊交通、環境整潔、流動攤販、硬體設施、燈光照明、流動廁所及風雨走廊等問題，都是可以經由規劃設計手法去改善這些問題，若改善以上問題可加強傳統市集對於大型購物中心的挑戰及考驗（圖 11）。

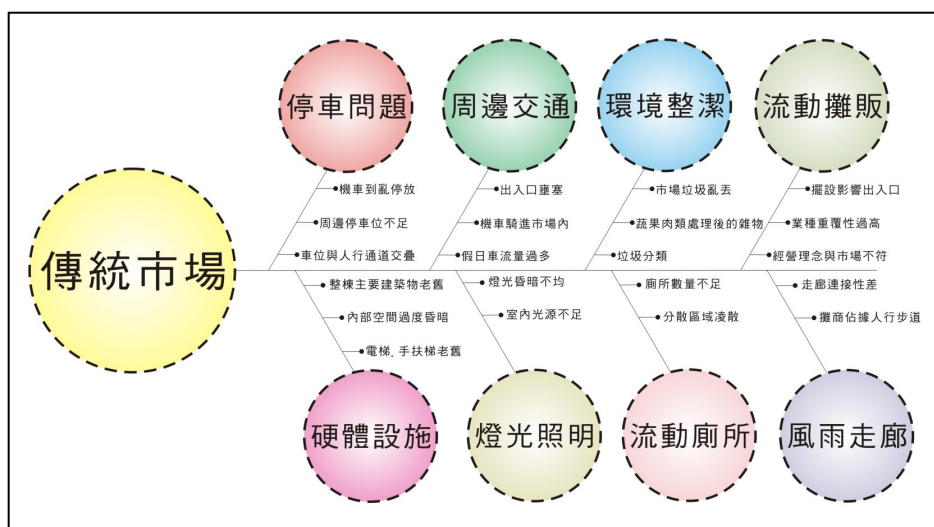


圖 11 傳統市集空間問題

(3) 宜蘭人、消費想法、消費情感

都市中都有一個聚集能量的地方，這樣的地方可以交流許多人的情感與生活經驗，在本研究的實地觀察和深入的訪談中，觀察到傳統市集這樣消費模式互動上看到了人與人的情感、空間與人之間緊密活動，都市中的消費空間不在是一個陌生的空間，長期的消費關係中有時可能忘了帶錢店鋪老闆還會先給妳拿回家，等妳下回有空在還他，或許對一般人長期在購物中心的消費方式不一樣，但這就是消費情感的緊密性。

(4) 傳統市集造成業種重覆性過高欠缺經營知識

本研究發現雖然南、北館市場有分成幾個業種小組，如肉類商小組、菜商小組、蔬菜批發小組、雜貨商小組、豆腐商小組、水果商小組、雞鴨商小組，但在這些業種的分配中還是有許多攤商因沒有登記未經歸類而造成業種重覆性過高，導致傳統市場內部競爭所產生客源拉距問題，也有部分攤商在經營知識未成熟，自然對以現代化經營的方式的大型購物中心還是倍感威脅。

2. 建議

本研究調查南、北館市場的攤商與消費者，從實地觀察到深入訪談了解到最真實的消費生活行為，從消費空間環境的層面來看，針對消費者、攤商、空間環境及使用狀況探討，研究結果可能無法含括所有消費空間所面臨的問題，在此僅就研究發現，提出下列幾點建議。

(1) 消費空間衛生環境及排水系統改善

研究發現在傳統市集消費空間上有許多可以改進的地方，消費空間衛生環境並不是非常的清潔，如攤商處理魚、肉品時的排水系統，不應該都留在地面造成消費者行走時不便也會不時的發出惡臭味，這樣的消費空間長時會不但有衛生問題還會形成消費者心理上的不舒服感。

(2)停車空間及出入口交通動線配置

停車空間的問題應該是本研究的傳統市集（南、北館市場）最大的問題，主要的停車空間只有中山公園地下停車場還有新月廣場停車場，但許多的主婦經常是騎著機車到市場消費因此路邊機車一旦停滿後就會開始亂序排放，長期造成出入口危險也造成周邊交通動線不便。

(3)老舊建築物修繕規劃

南館市場本身為老舊建築在使用上不能很完整的運用，也因為二樓以上空間較少人使用，造成社會黑暗死角與青少年夜間聚集的地方，若透過政府單位重新總體規劃設計不但可以使南館市場白天市場的消費場所硬體設備更佳的完善，在夜間也可以成為附近居民活動的空間選擇，是個一舉二得的改善方案。

五、參考文獻

1. 林正芳，宜蘭城與宜蘭人的生活，宜蘭縣政府文化局，宜蘭(2004)。
2. 邢志航，"由攤商經營探討傳統零售市場重建規劃成效評核之研究-以台南市已重建之公有零售市場為例"，碩士論文，成功大學建築研究所，台南市(1989)。
3. 陳坤宏，理論與方法論，明文書局，台北(1991)。
4. 高淑媛，宜蘭縣史大事紀，宜蘭縣政府，宜蘭(2004)。
5. 呂美志、林英賢、林正芬，宜蘭市志地理篇，宜蘭市公所，宜蘭(2001)。
6. 龔宜君，宜蘭縣人口與社會變遷，宜蘭縣政府，宜蘭(2001)。
7. 賴淑娟，宜蘭地區社會變遷與永續發展第一次基本調查研究計畫執行報告，財團法人宜蘭人文基金會，宜蘭(2006)。
8. 林嘉誠，社會變遷與社會運動，黎明文化事業股份有限公司，台北(1992)。
9. 李鳳鳴，宜蘭縣設縣三十週年專輯，宜德印刷公司，宜蘭(1970)。
10. 施添福，蘭陽平原的傳統聚落-理論架構與基本資料(上冊)，宜蘭縣立文化中心，宜蘭(1996)。
11. 張殿文，融入顧客情境，天下遠見出版股份有限公司，台北(2007)。
12. 楊渡，民間的力量，遠流出版公司，台北(1986)。
13. 蔡勇美博士、郭文雄博士，都市社會發展之研究，巨流圖書公司，台北(1986)。