

臺中市政府研究發展考核委員會 109 年第 2 次委員會議紀錄

壹、時間：109 年 6 月 8 日(星期一)下午 2 時

貳、地點：文心 6-1 會議室

參、主席：洪副主任委員誌宏代理

出席人員：(如附簽到表)

紀錄：林怡秀

肆、主席致詞：(略)

伍、本府經發局專題報告「打造中區品牌商圈」(略)

陸、各委員建議事項：

周委員天穎：

- 一、中區商圈要能活絡，對市府而言需有很大的決心，簡報中提及輔導商圈店家之績效指標 KPI 為 20 家，目標值低、規模太小，恐難達到效果。
- 二、中區自民國 75 年改為單行道，交通非常不便，應重新規劃，評估單向道恢復正常道路雙向通行。
- 三、政府部門建立品牌，需做好當地的公共設施、環境改善、行車動線及公園、綠地、公廁、徒步區之規劃，整頓整體大環境，自然帶動人潮回流，活絡商圈。

陳委員建元：

- 一、改造中區最大的問題不是實體空間，而是在於想像空間的發展，東協廣場最大的價值是全台唯一將東南亞文化融合與正名，因此，打造東協廣場不在於實體空間，應發揮其地利之便，發展成全台東南亞人娛樂的公共設施，從其角度來思考、規劃，如辦理道地的泰拳賽、潑水節，讓東南亞移工在週末節慶

必來東協廣場，就如同回到母國般。

- 二、另一想像則為老台中人的想像，中區是日治時期第一個現代都市計畫，有日本小京都之稱，街廓較小是因原規劃交通工具為腳踏車，建議發展復古形式，如徒步區、腳踏車，禁止私人載具，並保留老台中回憶，如青草街、餅店、肉丸，讓老台中人能回味舊日榮光，感受昔日小京都的美好。
- 三、中區發展、實體空間的營造，都要與記憶勾結，打造不同族群的想像空間。

袁委員鶴齡：

- 一、中區是很多人的回憶，也有許多值得驕傲的古老建築，從行銷的角度而言，有產品的行銷、服務行銷、體驗式行銷及回憶的行銷，建議盤點中區的資產，才思考下一步如何打造中區的品牌。
- 二、打造品牌可為個別商家品牌，亦可為專屬中區的品牌，若為後者，應有其特色，整年度都規劃相關活動，是息息相關、相互聯結而非零散的，整合台中人共同的記憶、故事及多元文化。
- 三、打造中區品牌商圈並非僅是經發局的工作，而是需要跨局處協調，相互輔助，共同創造中區繁榮的景象。
- 四、為了解投入效益，應評估 KPI，可以參訪人數或消費金額等，建立檢定標準。

楊委員朝棟：

- 一、中區具有歷史及多元文化，建立品牌商圈應思考每區的定位，

不同的定位，吸引不同層次族群，故提出 Smile 計畫，分述如下：

- (一) 服務 (Service)：建立中區商圈單一服務窗口。
- (二) 管理 (Management)：商場管理除政府之外，亦可結合商家、公會或在地管理單位，共同執行、監督。
- (三) 資訊 (Information)：吃、喝、玩、樂、買及住行等生活資訊，需借由資訊與通信科技 ICT 技術 (Information and Communication Technology) 協助推廣。
- (四) 亮點 (Light)：建議打造點線面區域特色，可依時節變化，或為固定式的。
- (五) 環境 (Environment)：應營造親和、令人回味的環境。

二、建立中區品牌應多加思考更有效率，更符合民眾期待的方法，才能發揮最大的價值。

李委員君如：

- 一、跨域協作：從中區品牌商圈到中區品牌的資源整合思維。更高層次的規劃格局與有效連結各局處的作為，包含 (1) 安全友善的空間營造：如都發局的空間更新、保留、活化；交通局的車站節點動線停車與路徑串連等。(2) 文化生態的觀光推動策略：如文化局的城中城深度之旅、社造；觀旅局的旅店加值、影視觀光等。(3) 環境永續的議題行銷：如環保局的無塑商圈、水利局의 綠、柳川整治等。(4) 新舊記憶的衝撞與價值再造：如經發局的傳統產業與店家的創新演繹、勞工局的青創、社會局的新住民 (從故鄉到異鄉，從異鄉到故鄉) 等。

二、後疫情時代的產品開發與行銷：善用即將舉辦的「購物節」，從短期活動到延伸效益影響的策略規劃思維，例如中區品牌的再定位、地方意象的深化或翻轉等。

朱委員庭逸：

- 一、振興舊市區目前的發展方向並不明確，市府應提高推動的層級，學習世界各國舊城新生的成功案例，規劃長程發展策略，匡列預算落實執行。
- 二、自由路商圈主要導入藝術、文藝元素，簡報中商圈特色行銷活動皆已落伍褪流行，缺乏動力，建議細究、拆解宮原眼科和第四信用合作社之日出集團成功的案例，將老建築重新打造的新面貌，從新時代的眼光建立新的認同，建構整體節慶或創新的視覺風格品牌。

歐委員聖榮：

- 一、中區商圈的定位是什麼？建議再明確思考如何營造出品牌的氛圍或創新的定位，並配合創新研發輔導計畫及後續推廣商圈活動計畫。
- 二、建立中區商圈品牌是需各局處合作及配合，提出以下建議：
 - (一) 營造商圈品牌特色。
 - (二) 環境應澈底整頓。
 - (三) 規劃街區漫遊的觀光街車。
 - (四) 可思考老舊建築再造，如誠品成功的案例。
 - (五) 擴大建設青創典範基地。

(六) 規劃軟性活動如文化節，成為台中節慶活動。

許委員雅惠：

- 一、商圈要能帶動民眾消費，需在文化及軟體上創造氛圍，且為不可取代的，並結合美感及科技感，在愛情、友情、親子情上，滿足消費者的需求，吸引目光及關注。
- 二、中區品牌商圈應結合跨局處、跨領域的力量，及民間的資源、商家願意改造的動力，讓活動更有亮點。
- 三、建議透過硬體及軟體建設，創造中區的科技感，吸引年青人參與，或辦理具全國性話題的大型活動，以活絡商圈。
- 四、中區品牌商圈的規劃，應以調查、研究、需求、評估為基礎，非以傳統思維來構思。

柒、主席裁示：

- 一、振興舊市區是市府的使命感，但改變並非迅速的，而是漸進的，政府在投入人力及經費之餘，請經發局鼓勵業者創建自我品牌，吸引民眾前來消費，帶動整體發展。
- 二、為帶動舊城新生，市府推動空屋媒合、老屋活化、輔導青年創業等措施，請相關單位匡列預算，積極執行，讓舊城區成功翻轉。
- 三、舊市區的活化是市府努力的方向，感謝各位委員提供建言，透過不同的觀點、面向，讓主政機關重新檢視、思考，激發出更多的火花。

捌、臨時動議：(無)

玖、散會(下午4時)