淡江大學土木工程學系博士論文

指導教授：米復國 博士

大稻埕城市空間再結構與仕紳化 2000 年~2021 年

Urban space reconstruction and gentrification in Dadaocheng from 2000 to 2021

研 究 生：張雅銘 撰

中華民國 112 年 6 月

謝誌

等待二十年，終於能夠達成這個階段性目標，最要感謝的是指導教授米復國老師引導我投入城市空間的研究領域，擴展我在文化資產保存研究工作的視野。感謝指導委員黃瑞茂老師傳授的文獻回顧寫作技巧，加快確立研究架構，臺灣師範大學國社院院長江柏煒老師在政治經濟分析論述的精闢指點。感謝口試委員臺灣大學城鄉所康旻杰老師在研究定義方面的建議，鄭晃二老師在論文架構與撰寫的訓練，提升我的寫作自信，書報討論課程更是打開另一個適合我的研究領域。感謝陳珍誠老師與黃奕智老師在研究初期，給予很多議題方向的嘗試建議，也要感謝東南科技大學李家宇老師在研究數據可視化的圖資製作給予的協助。

長久以來，家人始終是我在事業與課業的支柱力量，感謝母親與妹妹生活上的相挺，弟弟一家在精神上的支持與鼓勵，公司同仁在工作上的分擔，都是讓我能夠專注研究工作的動能，感謝你們。

張雅銘 2023.06.24

論文名稱：　　頁數：166

大稻埕城市空間再結構與仕紳化 2000 年~2021 年

校系(所)組別：淡江大學土木工程學系 博士班建築組

畢業時間及提要別：111 學年度第 2 學期　　博士學位論文提要

研究生：張雅銘　　指導教授：米復國

論文提要內容：

本研究探討 2000 年「臺北市大同區大稻埕歷史風貌特定專用區」細部計畫實施後，至 2021 年 COVID-19 疫情嚴峻的 21 年期間，歷史街區旅遊化後，商業空間再結構的環境因素。研究從全球化城市旅遊化的消費主義意識，決定城市空間再結構的結果，並能生成仕紳化的論點，探討大稻埕在這一波城市進程的變動及影響層面。

研究以人文區位學的空間觀點，掌握都市土地使用分區空間實務的實質空間規劃，將建築物使用許可之營業項目統計結果予以可視化，呈現街區店家回應國家政策的實際商業經濟活動空間。

結果發現 2000 年的首版細部計畫以市街風貌及傳統產業的護育為階段性政策的實踐目標，至 2010 年期間的店屋修建逐現市街風貌保存的成效，街區產業的專業分工復甦在商業文化核心的歷史場域(十字街)，象徵地方的集體記憶再現。但僅靠傳統產業做為觀光經濟活動資源，並不能支持政策構想的城市文化經濟體之創造。2010 年的 127 號店屋的保存與再生經驗，導入文化鑲嵌的社會作用，將傳統產業的文化經濟活動嵌入觀光的經濟活動，配合專用區附近的休閒與景觀資源，擴展城市觀光產業的生產模式，逐漸打開旅遊地的品牌知名度；然而，這樣的改變卻也讓傳統店屋的空間性逐漸消失。

2011 年至 2021 年是大稻埕的旅遊化相關政策行銷密集的 10 年，觀光產業生產模式的穩定運作，促成觀光資源的區位擴張，但相對限縮傳統店家的成長空間。旅遊地的活動主要路徑(南街)，因政治性集體決策形成限制社會底層活動的暫時性「紅色路權」，研究認為週日徒步區必須納入仕紳化的空間標籤。

研究也發現街區的南街出現個體店鋪因租金調漲造成空間位移，確認存在傳統認知的商業空間之仕紳化；另外，在城隍廟信仰文化品牌行銷，廟埕清理傳統飲食的商空化過程，出現宗教場域的仕紳化。最後，在大稻埕出現屋主自覺性的商營改變，使得傳統店屋空間性不再，是地方商人文化連結現代生活的結果，也顯現這個旅遊地的多元發展。綜觀大稻埕城市仕紳化的觀察結果，驗證 21 世紀全球化城市進程的仕紳化形式已趨向多元型態的論述。

關鍵字：旅遊化、經濟活動、區位擴張、空間位移、仕紳化

＊依本校個人資料管理規範，本表單各項個人資料僅作為業務處理使用，並於保存期限屆滿後，逕行銷毀。

表單編號：ATRX-Q03-001-FM030-03

Title of Thesis： Total pages:166
Urban space reconstruction and gentrification in Dadaocheng from 2000 to 2021
Key word:
Tourism;Economic activity;Location expansion;Spatial displacement;Gentrification
Name of Institute:
Department of Civil Engineering
Graduate date: June,2023 Degree conferred: Ph.D
Name of student:Ya-Ming Chang Advisor:Fu-Kou Mi
張雅銘 米復國

Abstract:

This study examines how the Dadaocheng Historic District reorganized its commercial space during the peak of the COVID-19 epidemic in 2000 and 2021. From the perspective of consumerism awareness of globalized urban tourism, to determine the results of urban spatial reorganization, and how the Dadaocheng Historic District reorganizes its commercial space. Demonstration of commercial space reorganization in the area. The Emergence of Gentrification and the Changes and Influences of Dadaocheng in the Process Waves of urban processes are discussed.

According to Human Ecology, the restructuring process of applied statistics aligns the organization of urban land use planning results with national economic strategies.

The Dadaocheng urban renewal project was launched in 2000, focusing on historical protection, maintenance, restoration and reuse of urban streets. Ten years later, the neighborhoods are planned to be rebuilt and transformed in a nostalgic style, including streetscapes and commercial activities. It represents the past and evokes collective memory. However, merely replicating or duplicating is far from enough to revitalize urban areas, much less sustain and thrive tourism economies. Store No. 127 carries 10 years of experience in cultural protection and

regeneration, and integrates retro elements into modern tourism resources, that is, cultural embedding. Since 2010, No. 127 is no longer just a traditional shop, but a commercial and unique economic activity with surrounding local shops. During this process, Daocheng has gradually formed its own tourism brand, tourism brand and lifestyle. On the other hand, the characteristics and sense of space of traditional shophouses are gradually weakening.

From 2011 to 2021, Dadaocheng has been at the center of the national tourism policy. The above-mentioned business model has been well practiced, which further drives the location expansion of the local tourism industry and attracts more resources and tourists. However, this growth has had a negative impact on other potential developments in local stores. Although South Street is the main place for business operations, the pedestrian area is oppressed and restricted by some political decisions. The study finds that the Sunday pedestrian zone must become a symbol of gentrification.

The study finds that when rising South Street rents lead to retail relocation, the spatial displacement of small stores is gentrified. At the same time, the study also noted gentrification in the religious sphere. The purpose of canceling the traditional catering business of Chenghuang Temple is to commercialize and create a cultural tourism brand. Eventually, traditional shop owners voluntarily changed the traditional way of doing business. While the development of traditional shops has shrunk, various developments have popped up on city streets, a consequence of the modernization of the old city. Entering the 21st century, the modernization of Dadaocheng presents a more diversified urban gentrification.

According to “TKU Personal Information Management Policy Declaration“, the personal information collected on this form is limited to this application only. This form will be destroyed directly over the deadline of reservations.

表單編號：ATRX-Q03-001-FM031-03

目錄

第一章　緒論

第一節　研究環境背景　1

壹、大稻埕的城市進程回顧：國際商港的口岸聚落至城市之邊緣市街　1

貳、從國際文化遺產的保存經驗看大稻埕之城市文化經濟議題　3

第二節　研究動機、目的與問題　7

壹、動機與目的　7

貳、相關研究現況與窒礙突破　11

第三節　文獻回顧　13

壹、文獻計量分析法的探勘　13

貳、城市仕紳化的研究進程　13

參、城市仕紳化研究關注社會鄰里的群我關係　14

肆、空間再結構與仕紳化研究鏈結：公共空間的政治性與住民生活抵抗　17

伍、仕紳化先鋒　20

陸、大稻埕城市空間再結構與仕紳化關係之分析架構　23

第四節　研究方法與調查範圍　25

壹、研究方法　25

貳、調查範圍　27

第二章　戰後大稻埕迪化街之人文區位空間結構特徵

第一節　1945 年至 1999 年之大稻埕城市進程：國家政策導向的實質空間　31

壹、日治時期大稻埕產業社會之專業分工　31

貳、1945 年至 1965 年國家資本與經濟政策導向之市街貿易復甦時期　32

參、1965 年至 1989 年新興工業城市進程導致市街進入萎縮衰退期　36

肆、1989 年至 1999 年資本主義導入新自由市場：旅遊化的再投資環境　39

第二節　市街店屋的社會日常與市政府政策之空間實務　43

壹、市街之社會日常　43

貳、街區之地方服務及店屋空間原型　43

參、市街之公共性空間：街道與流動攤販　46

肆、市政府都市計畫政策之空間實務 47
第三節　小結：國家政策建構之專門化產業空間結構 50
壹、生產性資本主義結構的人文區位空間 50
貳、專門化產業空間結構的「片段化」 50
參、大稻埕的空間結構運作核心在於地方的服務功能 50
第三章　旅遊化後的空間再結構：觀光區位擴張與空間位移
【政策構想的城市現代化生活場域：大稻埕旅遊地之品牌化】 51
第一節　2000 年至 2010 年店屋修建時期的專門化市街復甦 52
壹、市街風貌保存及傳統產業護育政策的實質空間 52
貳、店屋的活化意義：傳統產業分工及地方集體記憶的再現 55
參、店屋的空間性恢復與經濟活動變化 62
肆、街區文化觀光旅遊地的形成 63
第二節　旅遊地經濟活動模式的建構與 127 公店的文化鑲嵌作用 65
壹、店屋修建期的市街復甦與市政府政策構想的距離 65
貳、文化觀光資源缺乏的產業對策：經濟活動的嵌入思考 66
參、127 公店文化鑲嵌的空間角色 67
肆、旅遊化的文化品牌建構：商人文化的無圍牆博物館 71
伍、街區的內在價值：文化品味消費 72
第三節　2011 年 2021 年城市行銷時期的旅遊地區位擴張和空間位移 73
壹、城市旅遊行銷的政策空間調整與權利關係架構改變 73
貳、城市文化品味消費的集體情緒：再生町通文化的復古老街 79
參、傳統產業的韌性：中藥及南北貨 84
肆、觀光產業生產擴張商空化區位 85
伍、全球化、商空化觀光區位擴張的空間影響 86
陸、空間位移：租金負荷迫使小型個體店鋪的遷離 88
柒、街區主體年輕化與社會人口結構變化的事實 90
捌、旅遊地趨向現代化生活：觀光商空化的區位擴張 91
第四節　小結：歷史街區空間再結構的因素及影響 95
壹、大稻埕旅遊化的政治性空間生產：城市現代化生活的公共場域 95

貳、觀光區位擴張、租金影響與社會基礎調整之關聯 97
參、文化品味消費之內在價值引起空間位移 97
第四章　大稻埕城市仕紳化：可持續性之空間對策
第一節　街區商業經濟活動之仕紳化與大稻埕新城市前沿 99
壹、店屋空間之垂直化及流動性：住民隱私空間的消費經驗 99
貳、全球化商店街相對的片段化傳統店鋪空間特徵 109
第二節　街區採購日常生活場域之商圈化：週日徒步區 112
壹、資本化之政治性公共空間生產 112
貳、行人專用徒步區之政策性與政治性 114
參、日常採購生活空間之商圈化 116
肆、主街之象徵空間：1920 年代町通文化 120
伍、週日徒步區的隔閡與驅離 122
陸、城市的政治性空間標籤 129
第三節　霞海城隍廟的旅遊化空間對策：廟埕空間清理與商業化 131
壹、廟宇空間的政治性與地方記憶 131
貳、戰後宗教團體的分化與廟宇運作轉型 132
參、月老信仰文化品牌化 133
肆、廟埕空間之商業化 136
伍、廟埕商業化限縮地方性 136
第四節　小結：大稻埕的新城市前沿 139
壹、仕紳化空間標籤的複製體現街區日常的改變 139
貳、店屋商業空間垂直發展體現空間階級化 140
參、旅遊地的仕紳化新標籤：紅色路權 141
肆、商業性仕紳化存在可持續性的空間對策 141
伍、仕紳化的新觀點：使住民自覺性選擇改變生活作息 142
第五章　研究結論、限制問題處理及後續建議
第一節　研究結論：旅遊化後的大稻埕城市空間再結構及仕紳化 145
壹、城市空間空間再結構進程：專門化市街復甦至文化旅遊品牌建立 147
貳、歷史街區空間再結構因素及影響 149

參、大稻埕歷史街區的城市仕紳化 150
第二節　研究限制問題的處理及後續建議 154
壹、現階段的研究限制及處理 154
貳、後續研究建議 154
參考文獻
一、專著書籍及學位論文 157
二、中文期刊論文 158
三、外文期刊論文 161
四、研討會論文 165
五、媒體報導訊息及歷史資訊 165

TAMKANG UNIVERSITY

圖目錄

圖 1-2-1：2021 年的上乾元中藥行 8

圖 1-2-2：2020 年的乾元中藥行 8

圖 1-2-3：文創產業歇業 9

圖 1-2-4：文創產業歇業公告 9

圖 1-3-1：1986 年至 2021 年仕紳化研究知識圖譜 17

圖 1-3-2：貧困鏈結仕紳化議題 17

圖 1-3-3：空間地理研究領域的仕紳化題型可視化 18

圖 1-3-4：仕紳化與空間再結構研究領域連結狀況 20

圖 1-3-5：空間再結構與其他城市研究領域的連結 20

圖 1-4-1：大稻埕城市空間再結構的空間分析觀點 26

圖 1-4-2：研究調查範圍 28

圖 2-1-1：1965 年以前的迪化街空間結構 35

圖 2-1-2：1950 年-1965 年的大稻埕社會基礎 36

圖 2-1-3：1981 年~2000 年大同區人口變化 37

圖 2-1-4：1965 年-1985 年的迪化街社會基礎 37

圖 2-1-5：1950 年至 1999 年的迪化街製造與貿易產業店家登記數變化 38

圖 2-1-6：1965 年-1989 年的迪化街空間結構 39

圖 2-1-7：1989 年-1999 年迪化街空間結構 42

圖 2-2-1：傳統中藥業經濟活動與社會基礎 44

圖 2-2-2：傳統南北貨業經濟活動與社會基礎 44

圖 2-2-3：傳統布業經濟活動與社會基礎 44

圖 2-2-4：專用區與歷史街區的文化資產建築分布 49

圖 3-1-1：2000 年的專用區土地使用分區 53

圖 3-1-2：2000 年街區復甦的核心與邊緣區位 56

圖 3-1-3：2000 年街區的產業性質分布 56

圖 3-1-4：2000 年街區的經濟活動 56

圖 3-1-5：2000 年街區實際的商業經濟活動空間 57

圖 3-1-6：2000 年至 2010 年街區復甦的核心與邊緣區位 58
圖 3-1-7：2001 年至 2010 街區的產業性質分布 60
圖 3-1-8：保留傳統藥櫃的中藥行 60
圖 3-1-9：養生食品取代傳統藥櫃的中藥行 61
圖 3-1-10：2001 年至 2010 街區的經濟活動 61
圖 3-1-11：2000 年至 2010 年街區實際的商業經濟活動空間 62
圖 3-1-12：店屋修建時期的日間觀光服務機能 64
圖 3-1-13：店屋修建時期的夜間觀光服務機能 64
圖 3-2-1：街區的新舊經濟活動的嵌入概念 67
圖 3-2-2：127 公店一樓穿透性空間 68
圖 3-2-3：店屋俯瞰視域象徵私領域的開放 69
圖 3-3-1：2018 年的專用區土地使用分區 74
圖 3-3-2：1920s 復古遊行的沉浸式表演 75
圖 3-3-3：街區展演文藝活動 75
圖 3-3-4：專門批發時期的迪化街權利關係架構 77
圖 3-3-5：迪化街專用區發展的權利關係架構 78
圖 3-3-6：2011 年至 2021 街區的產業性質分布 80
圖 3-3-7：傳統飲食店鋪空間全面優化 80
圖 3-3-8：有新舊經濟文化鑲嵌作用的布工藝文創店 80
圖 3-3-9：2011 年至 2021 街區的經濟活動 81
圖 3-3-10：2011 年至 2021 年街區的核心與邊緣區位 82
圖 3-3-11：復古老街文化品味消費的「集體情緒」 83
圖 3-3-12：疫情期間的新舊產業的可持續性展現 84
圖 3-3-13：傳統產業經濟活動嵌入大稻埕城市文化觀光產業生產模式 85
圖 3-3-14：轉型的木器行 86
圖 3-3-15：轉型的米穀店 86
圖 3-3-16：轉型的南北貨店 86
圖 3-3-17：轉型的茶葉行 86
圖 3-3-18：2011 年至 2021 街區實際的商業經濟活動空間 87

圖 3-3-19：2012 年至 2021 年主街與歷史街區內的房價中位數 88
圖 3-3-20：2000 年至 2021 年南芳、大有、永樂等三里人口變化 90
圖 3-3-21：2000 年至 2021 年大同區總人口與三個里的人口變化 91
圖 3-3-22：1990 年至 2021 年大同區人口老化指數 91
圖 3-3-23：城市行銷時期的日間觀光服務機能與租金級距 92
圖 3-3-24：雙連、大橋頭及北門捷運的人流 93
圖 3-3-25：歷史街區觀光人潮 93
圖 3-1-26：城市行銷時期的夜間觀光服務機能 94
圖 3-4-1：上乾元中藥行改為便利店 96
圖 3-4-2：便利商店不見傳統店屋商業的空間性 96
圖 4-1-1：60 號生記中藥行 101
圖 4-1-2：78 號聯盛蔘藥行 101
圖 4-1-3：84 號萬安堂 101
圖 4-1-4：69 號埕米峰 101
圖 4-1-5：婉藝埕—復古服飾租借店 102
圖 4-1-6：合藝埕—文創商店 102
圖 4-1-7：民藝埕—精品工藝店 102
圖 4-1-8：小藝埕書店 102
圖 4-1-9：小藝埕二樓爐鍋咖啡廳 102
圖 4-1-10：店屋去隱私的空間垂直性 105
圖 4-1-11：店員活動延伸至騎樓 105
圖 4-1-12：南街中藥行騎樓的商品花車 105
圖 4-1-13：傳產服務觀光的暫時性專業分化 105
圖 4-1-14：兩個時期的店家資本額分布狀態 105
圖 4-1-15：南街實際的商業活動概況 107
圖 4-1-16：中街以北實際的商業活動概況 108
圖 4-1-17：權利關係作用下的南街空間結構 110
圖 4-1-18：2021 街區周圍啟動下階段城市改造 111
圖 4-2-1：南街位置圖 114

圖 4-2-2：南街政治性徒步區範圍 114
圖 4-2-3：1988 年設置鋪面的中街政策性徒步區 115
圖 4-2-4：優化高檔門面的店屋 118
圖 4-2-5：老舊的店鋪 118
圖 4-2-6：封街的車阻 118
圖 4-2-7：店家張貼海報 118
圖 4-2-8：永樂餐館 118
圖 4-2-9：麥芽糖攤車 118
圖 4-2-10：街頭藝人 118
圖 4-2-11：青草茶攤 118
圖 4-2-12：老爺素食餐館週日店休 119
圖 4-2-13：生記中藥行店休週日固定 119
圖 4-2-14：徒步區邊緣活動 119
圖 4-2-15：2021 年復古變裝 121
圖 4-2-16：動物遊街 121
圖 4-2-17：大稻埕旅遊品牌建立的意象 122
圖 4-2-18：假日期間側巷住民生活少有連結主街 123
圖 4-2-19：2021.09.26 記錄街頭藝人表演 124
圖 4-2-20：2021.10.17 街頭藝人表演 125
圖 4-2-21：主街公演迫使藝人暫停演奏 125
圖 4-2-22：公演活動影響街頭藝人表演 125
圖 4-2-23：街頭藝人遭公演間接驅逐 125
圖 4-2-24：臨時攤販試圖參與活動 125
圖 4-2-25：臨時攤販被驅逐 126
圖 4-2-26：攤販穿越徒步區離開 126
圖 4-2-27：騎樓繳付租金的攤販 126
圖 4-2-28：路邊酒吧 126
圖 4-2-29：紅色路權解除 126
圖 4-2-30：社會恢復日常 126

圖 4-2-31：公演活動使遊客駐足街道 127
圖 4-2-32：輸送行人的徒步區 127
圖 4-2-33：假日的租金地攤 128
圖 4-3-1：傳統與現代性的對話框架 134
圖 4-3-2：廟宇成為文化商品的賣店 135
圖 4-3-3：宗教商機的延伸 135
圖 4-3-4：廟埕空間的公共性私營化 136
圖 4-3-5：福德宮的日常景象 137
圖 4-3-6：平日白天廟埕的祭祀活動 138
圖 4-3-7：平日夜間廟埕的祭祀活動 138
圖 4-3-8：疫情警戒期間白天的廟埕活動 138
圖 4-3-9：疫情警戒期間夜間的廟埕活動 138
圖 4-4-1：保留歷史商號的文創店 139
圖 4-4-2：歷史商號與新店面並存 139
圖 4-4-3：歷史商號與新店鋪並存 140
圖 4-4-4：新招牌與店鋪 140

表目錄

表 1-3-1：1986 年至 2021 年仕紳化研究領域的關鍵詞計量 15
表 1-3-2：空間地理研究領域的仕紳化題型 17
表 1-3-3：仕紳化與空間再結構研究領域關鍵詞計量 19
表 1-3-4：城市仕紳化存在方式及其製造者 21
表 1-4-1：2000 年至 2021 年歷史街區店家分布 30
表 2-1-1：迪化街一段的製造及貿易業歷年店家統計 33
表 2-1-2：1989 年大稻埕迪化街的店屋使用情形 40
表 3-1-1：2000 年歷史街區店家數量分布 55
表 3-1-2：2000 年的三種觀光服務群組的營業活動 56
表 3-1-3：2010 年歷史街區店家數量分布 58
表 3-1-4：2010 年的三種觀光服務群組的營業活動 58
表 3-3-1：2011 年至 2021 年歷史街區店家數量分布 73
表 3-3-2：2011 年至 2021 年的三種觀光服務群組的營業活動 74

第一章　緒論

第一節　研究環境背景

壹、大稻埕的城市進程回顧：國際商港的口岸聚落至城市之邊緣市街

1851 年（清咸豐元年），林藍田落腳大稻埕建的三連棟閩式店屋是聚落初始的空間型態。1853 年（清咸豐 3 年），艋舺的頂下郊拚結果，同安籍人遷至大稻埕的中街，興起茶、糖等郊商產業；1859 年（清咸豐 9 年）郊商仕紳籌建城隍廟，中街往南連到城隍廟的南北向街道，與媽祖廟(遷址前的慈聖宮)連至渡頭的東西向街道，構成的十字街為大稻埕的商業核心[1]。1860 年（清咸豐 10 年），淡水開港，大稻埕渡頭成為國際商港連結城內的口岸重鎮。1884 年（清光緒 10 年）清法戰爭期間，先有沈葆楨提議臺灣朝向現代化建設，隔年由劉銘傳主導的「自強運動」展開一連串的建設（魏水竹，1982：107）；當時大稻埕的建設項目主要有：鐵路及車站，關稅、電報通信及軍務等洋務機構，同時劃設洋人居住地，在清朝的領地形成「飛地」(enclave)。洋人、清廷官府及郊商仕紳共同建立茶葉與樟腦經濟物產外銷國際的貿易網路，加上開港前的茶、糖及樟腦經濟內銷貿易(對渡大陸)的雙重經濟結構，大稻埕的空間結構[2]趨向現代化，在郊商活絡的社會結構出異質空間，此空間的生產象徵經濟、生活、文化、權力及意識形態的支配（陳章瑞，1989：20-23、35；米復國，1997：61）。

1907 年至 1910 年，殖民政府的首次「市區改正」以艋舺為計畫實施對象，1922 年改造大稻埕的街廓紋理，成為以臺籍住民為主的居住地。1930 年，郭雪湖筆下的「南街」勾勒出大稻埕象徵臺灣產業與文化中心的榮景（臺灣民報，1930；鄭

[1] 所謂的「十字街」是以未遷移前的媽祖宮(今慈聖宮)為中心，依序向中街、南街、中北街、普願街、杜厝街發展的街道，這是大稻埕的自然條件生成的市街輪廓（資料來源：林凌霜，1953：8；米復國，1997：59）。

[2] 清領時期的大稻埕空間再結構主因是郊行匯集的商業活動，茶行的區位擴張及商埠的現代化等，三個社會轉變相互的結果（米復國，1997：59）。

憬翰，2020：5），是傳統漢人市街經由都市化轉型近代城市，體現城市「現代性」[3]（Modernity）做為聯繫街廓與店屋的「公共空間」（public space；夏鑄九，1989：39）。此時大稻埕的城市服務範圍涵蓋臺灣本島地區批發貿易，以及臺北在地生活的物資供應。日治末期，淡水河道因長年淤積導致淡水國際商港轉由基隆港取代，戰後的大稻埕商景由延平北路及其東面區域的零售、娛樂服務，以及迪化街的「專門化」[4]（Specialization）批發產業，還有河岸一帶的果菜批發、貨運輸送和小型工廠等產業區位，結構出臺北市的消費中心（夏鑄九，1989：32）。迪化街的茶葉、中藥、南北貨、布疋及其他民生物資批發的專業分工，亦即地方產業的專門化區位依舊套疊在過去的十字街，只是 1961 年西門町的中華商場竣工，城市的消費活動明顯從大稻埕南移，傳統產業區位日漸萎縮[5]，產業與文化中心的地位隨之式微[6]。

1965 年至 1989 年間，臺灣經濟結構轉型新興工業，臺北市加速向東的都市化，致使大稻埕淪為衰退的老市街[7]。專門化批發市場緊縮，而逐漸去專門化（Despecialize）縮為城市邊緣的片段化（Fragmentation）零售市集。1970 年後的本土意識及 1980 年後的文化資產保存意識興起，1974 年的都市計畫擬擴寬迪化街，1977 年內政部核定迪化街擴寬至 20 公尺，劃定街面以東為商業區，西側為住宅區（林致秀整理，1988：128），一方面引發城市文化保存的熱議，另一方面土地使用利益分配不均的政策空間(Policy space)，讓住宅區的權利關係人有明顯的相對剝奪感，因而衍生出現都市發展權的爭取意識。1988 年，樂山文教基金會發起「我

[3] 現代性（Modernity）是指近代西方文明特性的展現（黃瑞祺，1996：170）。

[4] 專門化是指過去迪化街專營茶、米、南北貨、中藥及布業，還有新興工業的專門性城市機能，民權西路、民生西路、重慶北路、環河北路及南京西路等幹道貫穿市街之後，傳產批發市場快速萎縮，只有紡織布業因臺灣經濟轉型新興工業逆向擴大，同時間又出現電子類新興工業批發（資料來源：夏鑄九，1989：39-40）。

[5] 當時的像是棉布市場無法外銷，國內市場供過於求，迪化街和永樂市場一帶的布莊商行紛紛出現嚴重堆積滯銷布料的情景。資料來源：臺灣民聲日報，1961 年 5 月 16 日，第三版，「棉布市場一片淡風」。

[6] 西門町中華商場於 1961 年竣工，大稻埕消費生活南移，傳統產業環境快速衰退，城市的產業與文化核心地位就此被取代（資料來源：陳章瑞，1989：119、138；石計生，2012：70-71）。

[7] 1965 年至 1989 年，大稻埕的社會結構轉變結果，呈現出地方社區邊陲化的相對衰退（資料來源：夏鑄九，1989：39）。

愛迪化街」運動，各方意識到大稻埕承載的集體記憶屬於公眾的社會資產，促成政策轉向規劃特定專用區[8]，保存大稻埕的市街空間風貌，朝向國際觀光發展，打造新的城市文化經濟體。近年來，大稻埕的街區活化成效，促成旅遊地的再生，代表臺北都會可辨識的（legibility）城市意象，中藥、布業、南北貨及茶葉等歷史傳承已久的特定物業，傳述老市街轉型現代化城市的發展故事（Nathan Roth and Jill L. Grant，2015：49）。市街的歷史文化底蘊成為街區活化再生，發展文化觀光的經濟活動基礎，店屋建築及傳統產業都是建構文化旅遊品牌之創意資源。

貳、從國際文化遺產的保存經驗看大稻埕之城市文化經濟議題

義大利北部的波隆那（Bologna）舊城區保存經驗起於 1969 年，建築師 Pier Luigi.Cervellai 提出歷史場域的保存計畫，強調舊城區的整體歷史保存務必納入住民生活日常創造的集體記憶。這個計畫吸引不動產仲介投資客進駐開發，仿建及過度使用造成歷史場域的建築群體破壞，資本主義(Capitalism)的觀光投資挹注影響，觀光商營空間大幅取代住民生活空間。經過城市抗爭抵制市讀操控市場的資本主義之投資性破壞，文化保存權的實踐，雖然留下許多歷史性建築，但卻成為另一個以文化品味消費意識為主的再投資（Reinvestment）新自由主義（Neo-liberalism）市場。這個文化性質的投資市場核心架構為文化公民組織的社會群我，展開傳統文化的品牌化及商品化，不過長期定居的住民始終沒有參與意願，結果造成多數的住民遷居。最後，去住民化（de-inhabitation）改變城區內的社會結構，Bologna 的保存以提案建築師離開歷史場域的結局收場。

紐約布魯克林（Brooklyn）的再生經驗是由藝術家對頹廢閒置的工業廠區率先進行空間清理，創造再投資的物質空間條件（Smith,Neil，1996c：194-195），隨後

[8] 1989 年，市政府委託樂山文教基金會與臺灣大學建築與城鄉研究所共同執行「迪化街特定專用區現況調查及發展可行性研究」，調查迪化街的區域歷史、商業發展況及社會變遷概況，提出街區與店屋建築保存的構想（李東明，2019：260-261），當時也提出市街發展國際觀產業的建議。1990 年，再由中原大學建築研究所接手擬定專用區的都市設計準則，做為後來的都市設計規範基礎。之後，大稻埕迪化街成為國內外研究都市保存、城市再生與城市空間發展相關議題的熱點。

是投資客與建築師等中產階級（middle class）聯手優化環境品質，植入象徵時尚生活品味與社會階級的精品店、咖啡店、高級餐廳與酒吧等觀光商業經濟活動，帶動文化品味消費潮流，成為城市文化經濟的主體結構，不斷提升的房價和租金，最後迫使藝術家們離開，導致社會關係的決裂性分化。

回到 1988 年大稻埕迪化街發展的討論，當年由日本早稻田大學建築學科都市計畫戶沼研究室進行「迪化街的保存與開發」問卷調查成果的歸結，街區主體間出現文化保存權與城市發展權的兩種論述。支持市街保存者（保存聯盟組織）傾向保留獨特的傳統市街尺度及店屋建築型態呈現的歷史樣貌，構成城市的集體記憶與文化認同；同時，他們也提出從歷史記憶抽取人文經驗，做為文化品味消費經濟建構基礎的構想。重視城市發展權，贊成迪化街拓寬[9]的一方認為過去敦親睦鄰的住民鄰里關係已經和現代性生活脫節，傳統街道不值得保存，其理由是基於環境衛生、停車條件等公共環境改善的強化，以及清理頹廢建築空間，改善治安問題的訴求，維護不動產價值與房市獲利的發展權利。

調查結果認為兩方其實都認同大稻埕代表臺北的城市意象，具有全球化城市經濟發展的觀光價值，只是對於建構城市經濟的觀點不同（林致秀整理，1988：127）。一方立於文化經濟(Cultural economy)看待街區的文化資本價值發展的可能；另一方則站在都市經濟(Urban economy)的環境優化帶來的不動產利益。大稻埕的商家及住民，與 Bologna 的原有住民一樣，真正關切的只是維護在地傳統產業的生存權利，街坊鄰居之間保有日常互動的群我關係（顏亮一，2006：103-104），延續店屋商業文化根深蒂固的鄰里意識（孫可立，1988；鍾蓮芳，1998：41），亦即專門化批發時期，店家相互信任所建立的穩定經濟活動之的社會基礎(Social foundation)，例如：中藥商經常性的「調貨」，支援彼此的銷售營運正常運作（夏鑄九，1989：58）。對於市街的發展，林衡道直接建議參照歐洲、日本歷史老街的

[9] 1974 年的都市計畫擬擴寬迪化街，1977 年內政部核定迪化街擴寬至 20 公尺，劃定東面為商業區，西側為住宅區（林致秀整理，1988：128）。

活化概念（鍾蓮芳，1988：38），從接軌國際視野及全球化經濟體制的立場，打造迪化街成為徒步購物街；不過，林衡道也提醒市街的活化要能避免去住民化（de-inhabitation），特別是「上住、下店」的店屋空間使用方式，代表店屋商業經濟活動的文化底蘊。設置徒步區的建議在 1988 年 9 月落實，成為迪化街保存後，最早的政策空間（policy space）。這個空間實務[10]從霞海城隍廟至歸綏街（所謂的中街及南街）設置行人專用徒步區，當時的物質環境優化重點仍然在那個十字街的歷史場域。時任淡江大學建築系副教授張世傢建議借鏡國外舊城區發展觀光的案例，例如：倫敦的蘇活區（SOHO）由市政府撥款修建，保存建築外觀，活化空間，導入現代化設施，成功將舊城區打造為該市的觀光熱點。當時面對城市發展權與城市文化權保存的兩種聲音，前者立場有些贊成者認為迪化街應該是臺北市民共同擁有的生活場域；後者支持老市街的發展要靠歷史文化深度，必須藉其過往積累的經濟實力（鍾蓮芳，1988：38），產業特色轉型接近現代生活的經濟活動，藉此創造新的經濟體。

夏鑄九認為將迪化街的歷史文化底蘊轉為城市文化經濟的資本，迪化街與現代化東區商圈才有競爭的區位條件，但必須以保障原有權利關係架構為前提（林致秀整理，1988：129）；他說：**「臺北市地價狂飆的今日，如何使屬舊市區的迪化街能夠與東區新興商圈具相同的號召力，並保障迪化街土地所有權人的權益，與迪化街地區風貌保存息息相關。迪化街發展的優勢條件是他具有完整的歷史場域之空間特性，可塑造成類似美國傑佛森廣場、蘇活區等高級住宅、觀光區，但前提要有整個區域保存的配合，而非單棟房子的零碎保留，才能彰顯迪化街獨特的風貌。」**（摘自林致秀整理，1988：129）。夏鑄九指的「原有權利關係」保障是對於原有商家(店主)及屋主生活權利的保護，不應該為了經濟轉型犧牲連結地方的一切，走向上海新天地或是香港利東街的舊城區地景改造模式。

有鑑於大稻埕的城市文化經濟再生潛力，夏鑄九提出複製布魯克林（Brooklyn）

[10] 空間實務指的是公部門的都市建築專業技術的實踐，呈現的政策性實質空間。

經驗模式，認為迪化街的保存必須有「面」的概念，才能突顯市街的風貌特色，展現城市意象與性格；同時，城市的公共性（publicity）是提升物質環境品質的首要工作，尤其增設公園、停車場、電力線路地下化等基礎性的公共設施。此外，美化街道的家具、店家招牌與鋪面，由建築師及匠師等專業人員整修頹廢的閒置店屋，物質環境與建築空間優化處理後，市街發展觀光將改變產業經濟活動模式及社會結構，大稻埕發展觀光旅遊地的結果亦將出現仕紳化（Gentrification）[11]。2000 年「臺北市大同區大稻埕歷史風貌特定專用區」[12]（簡稱：專用區）規劃是為保存具歷史意義的都市地景，打造獨特城市風格，做為全球化城市觀光產業競爭基礎；城市意象塑造有內外兩個面向，對內經由歷史傳述獲得市民認同，對外是城市地景的品牌化[13]（Klingmann，2007；康旻杰，2012：233）。

回顧大稻埕城市歷史研究，夏鑄九於 1989 年以生產性資本(productive capital)觀點，探討戰後至 1989 年的大稻埕空間結構狀態；1997 年，米復國經由殖民威權的觀點，梳理清領及日治時期大稻埕的空間結構異化。兩位學者前後的史觀都聚焦在大稻埕城市的政治性空間生產，筆者嘗試延續這個空間觀點，探討大稻埕專用區劃定的 20 餘年來，經由土地使用分區的空間實務，社會結構與鄰里關係變化，形成城市空間再結構結果，論述大稻埕旅遊地的政治性空間生產。

---

[11] 夏鑄九認為：「**若通過『迪化街特定專用區』不拓寬迪化街，市政府必須投入經費改善公共建設，例如：停車空間的供應、管線集中地下化；並且優化街道家具及燈具，增加植栽，統一廣告招牌，設置街道鋪面，搭配細緻的店屋建築立面，提升環境品質，使迪化街成爲臺北市的代表。對於老房子的修補，也應由公家補貼，統一請老工匠、老師傅來維護、修理，把原有精緻的藝術風貌重現。經過這些環境優化的處理，迪化街勢必趨向高級化（亦即仕紳化，Gentrification）。倘若整區保留使得迪化街的空間結構層維持不變，就外國的經驗將導致社會結構的改變，如舊金山的傑佛森廣場到最後連建築師都得搬走，只有律師等高收入者才租得起，像紐約蘇活區，原先是藝術家羣聚之地，隨後畫廊也在區內發展起來，接著高級的小餐廳紛紛駐進區內，最後窮人只有搬出到蘇活區的外圍，現在的蘇活區變成到紐約觀光必去之地，當然地價就漲了，如今淪爲雅痞的聚集區，這種社會結構的改變是一種趨勢。**」（摘自林致秀整理，1988：129）

[12] 大稻埕專用區的規劃歷經 1990 年、1996 年、1997 年三次修正，2000 年定案細部計畫（林美吟，2005：124-126），計畫範圍內的迪化街一段、西寧北路以東、安西街與民樂街以西（部分）等街廓劃定為歷史街區。

[13] 2011 年，聯合國教科文組織（UNESCO）肯定歷史性都市地景做為城市保存的概念，他涵蓋歷史的中心場域及歷史建築群的多層次都市紋理，並可連結現代性城市；同時在考量宜居性及可持續性的社會結構條件下，必須接受不同的權利關係人參與城市保存的過程。UNESCO 解釋城市保存概念的同時，也提醒物質環境及歷史性建築空間獲得保存之後，過度的觀光化及博物館化將可能排除原有住民的生活日常（康旻杰，2012：233）。

第二節　研究動機、目的與問題

壹、動機與目的

城市仕紳化不再僅侷限在文化遺產的舊城區復古風貌恢復引起的空間調整，包括舊城風貌的恢復過程，推動更具規模的城市改造結果（Smith,Neil，1996b：37），像是都市更新後的高級住宅或商業辦公大樓。仕紳化代表城市轉型的空間前沿（Frontier），在資本撤離與再投資的區位之間分出界線（Smith,Neil，1996d：187），這條前沿線具有推動城市進程的力量，可能在空間造成不同程度的位移(Displacement)，並且在強調文化與個人的消費主義經濟體制，透過資本化與階級化改變社會結構（Smith,Neil，1996b：38）。Smith 認為城市空間的重組通常伴隨仕紳化（Gentrification）引發的社會現象，這些現象在都市更新後的影響時間有多久，暫無定論。

從資本主義的生產方式來看，仕紳化是城市空間結構調整的一部分，他與產業經濟政策和觀光產業發展有著密切關係（Smith,Neil，1982：139；Smith,Neil，1996b：36）。仕紳化已是城市更新或城區改造過程，正常的動態空間現象，可能造成某些族群的分立，甚至對抗的社會現象。中產階級或資本階級遷向低階品質的物質環境，終將因為他們的社群介入原有的鄰里關係，導致底層階級或不適應新鄰里關係的族群遷離（ Cohen Janet、Billig Miriam，2021：4）。

2002 年的〈挑戰 2008：國家發展重點計畫〉的子計畫「發展文化創意產業計畫」，支持大稻埕文化觀光及文創產業的新區位建構。2010 年的都市再生運動，改變大稻埕的空間紋理及市民在街區的游動視域，大稻埕逐漸成為臺北城市觀光熱區[14]，城市文化的話題在此發酵、運轉，成為城市進程的推力。2017 年，一場由臺北市政府都市更新處舉辦的「大稻埕仕紳化？」講座，設定「租金上升太快、傳

[14] 大稻埕近年逐漸成為臺北這座城市的一個「熱區」，引發的城市議題頗多、活事件熱絡頻繁、媒體報導及觀光客越來越多、話題性提高、進駐的年輕人變多、外國人也是變多、「文創店」更是越來越多、政策利多，還有訪客多、移入人口多，以及房地產炒作多（殷寶寧，2019：29）。

統產業消失過快、新店成長速度太快」議題，聚焦大稻埕傳統產業店家，因競爭力無法面對全球化的商業經濟活動挑戰。

2021 年，迪化街一段(簡稱：主街)的南街，三間指標性的店鋪接連發布遷址及歇業訊息，42 號上乾元蔘藥行因屋主無意願續租(蘋果新聞網報導，2021.10.12，圖 1-2-1)，再加上周圍店家租金的連續上漲，面對實際租金的負荷，決定遷址西寧北路 61 號；71 號的乾元蔘藥行因無後繼承產業，無法持續而決定歇業(圖 1-2-2)；三是 62 號湘帝御膳食堂，因不敵疫情影響選擇歇業。文創業停業或是遷移情況也是不少(圖 1-2-3、圖 1-2-4)。就經濟收入而言，大稻埕的屋主及店主多為中產資本的社會層級（夏鑄九，1989：71-73），從 1964 年的 Ruth Glass 城市仕紳化引發社會階級排擠，迫使社會低階的流離失所觀點來看，主街的店家離開應該不是單純的租金形成社會的排擠問題，有些店家是因為客群並非觀光遊客，營運作息因環境條件的限制，例如：專用區限制停車的交通規定，影響中藥及南北貨的批貨與銷售的日常運作；顯示政策否定過去中小盤商臨停批貨，與行人活動穿插的市街經濟活動。



圖 1-2-1：2021 年的上乾元中藥行



圖 1-2-2：2020 年的乾元中藥行



圖 1-2-3：文創產業歇業（筆者於 2021.08.28 攝）



圖 1-2-4：文創產業歇業公告（筆者於 2021.08.28 攝）

大稻埕初期發展觀光已經出現店家「服務地方」（固定客群）的營運不適應國家政策導向，改造後的市街公共性開放（市民及遊客的專用步行區）。延平北路二段的一家中藥行負責人說：「**迪化街開放觀光，遊客真的變多(指 2008 年後)，但我們的顧客並沒有因此增加，只是徒增平日進出貨的交通限制問題。我還沒獨立開業前的舊店在一段 100 號（原百安堂，現遷至 116 號），中藥批發是主業，貨品主要外銷，月租金大概 12 至 15 萬（第一進的 1、2 樓），那時的店主與盤商時刻都在整理出貨，店面和騎樓經常是忙碌的狀態。後來屋主決定改租給文創店家，聽說他們租金提高很多，許多屋主紛紛轉向租給文創業者。交通限制影響藥行的進出貨，又遇到改租問題，原僱主決定撤離，我便決定離開迪化街自行創業。評估延平北路的交通環境及地理位置適合營業銷售模式，2007 年從 100 號遷至歸綏街 208 號；2019 年，屋主有意願參與危老改建，因此再遷至現址。**」（筆者訪談記錄，110.09.29）

全球化經濟趨勢之下，觀光產業與文化創意產業盛行的 21 世紀，改造閒置的

物質環境，創造空間美學帶動租金、地價漲幅的不動產經濟面向，優化後的空間產生優勝劣汰競爭，「旅遊化」(Tourism)是否為大稻埕在這波城市進程改變空間結構，衍生出仕紳化的政策因素，是筆者在 Smith,Neil（1996）的文化遺產修復帶起的城市改造，引發仕紳化的論述基礎提出的問題；同時，從這個問題的探討動機，站在 Bologna 的保存經驗角度，觀察新自由主義（Neo-liberalism）反對國家對內的經濟干預，以及租金控管等商業行為與財產權管制的市場機制，如何在大稻埕形成新的產業經濟活動區位。

城市（City）的空間多樣性是主、次要機能混合使用，多元整合形成具發展性的，動態的有機秩序（珍·雅各，吳鄭重譯，2014：25-26）。市民（Citis）的生活智慧的匯集發展出政治、經濟與文化的歷史，都市是文化的總和，更是文化的孵化器，都市保存的應重視市民的生活方式（西村幸夫，2004：15）。城市的歷史由市民共同創造，歷史的城市為其創造的集體記憶，屬於社會的公共財產（米復國，2020）。城市是人類追求安全、舒適生活，擇地共居形成的環境，累積生活經驗與文化，逐漸構成人類共同生活需要的場所（林栢年，2015：50）。城市是人們共同打造生活的公共空間（public space）時，其因具有匯集人類的歷史、社會、地理、文化的載體功能，自然成為城市進程的基本要素。

大稻埕的城市空間發展與店屋商業文化關係緊密，其產業及會結構隨著政經環境的改變，至今依然持續展現熱絡的動態經濟活動。各項產業經濟活動不斷的調適，只為找到具競爭力的地理位置，相同落點的考量結構出區位（location）正是城市發展的歷程（李誠固，韓守慶，鄭文升，2004）。另，城市空間結構演變的動力，因公共政策及私人市場運作有不同的機制面向（王開泳、肖玲，2005）；亦即自由市場的資本體制面對國家的城市治理政策時，總能找到適切的對策。

歸結以上討論，筆者認為要找出大稻埕發展觀光之後，因應政策的空間結構變化，可以經由政策、產業、社會共構的經濟活動，討論這波城市進程的政治性

空間生產。研究目的在探討旅遊化（Tourism）之後，大稻埕空間結構做出的調整，並從社會基礎(Social foundation)的變化，觀察仕紳化引發的社會及空間現象。研究有兩個想定的課題，分別是：

一、旅遊化之後，在國家政策(相關文創產業及與都市政策)的影響下，大稻埕既有的經濟活動與社會基礎，店家基於生存所做的調整，進而改變的空間結構狀態。
二、面對國家政策(中央及地方政府)的空間實務，地方(社會)組織基於意識形態的經濟活動持續，採取的營業方式及空間使用的對策，及其外顯的空間現象。

貳、相關研究現況與窒礙突破

一、國內研究經驗的累進與持續議題

回顧國內的城市仕紳化研究，有李承嘉（2000）檢視迪化街的租隙「資本化地租」[15] 存在狀態(即契約地租，Bourassa 觀點；李承嘉，2000：83)，訪談調查當地租金級距的變化，指出專用區劃定後的迪化街確實存在租隙現象；同時，他主張建築破敗老舊使得實際地租下滑，拉大租隙即是仕紳化出現的機會(李承嘉，2000：80)，建築空間美學帶來的經濟效應。

周素卿（2014）觀察臺北經濟轉型的歷程，大幅度的都市更新建構的新自由主義市場，造成社會的兩極分化結果。研究以復仇主義（Revanchism）觀點，論述經政治性社會運動而起的「都市主義」(urbanism)，金融資本的支持加速城市化及投資規模的擴大，直接影響土地租金級距。實際訪查大安區的永康、青田、溫州等社區，發現仕紳化已經存在，並顯現新自由主義的私有化（privatisation）、放

[15] 在資本化地租方面，迪化街南段的資本化地租為 150542.62(元／平方公尺)、中段為 103981.53(元/平方公尺)、北段為 117595.45(元/平方公尺)。潛在地租方面面，將土地買賣價格視為潛在地租，以臺北市政府地政處提供之「買賣實例調查估價表」為實證資料之來源，但因該地區實際交易案件甚少，故以歷年該地區之交易資料，以迪化街路線價格資料修正推估八十四年交易價格。結果迪化街南段的潛在地租 328776.26(元／平方公尺)、中段為 294848.8(元／平方公尺)、北段為 284916.77(元／平方公尺)。租隙即為前述潛在地租與資本化地租之差，故迪化街南段的租隙為178233.38(元／平方公尺)、中段為1906867.27(元／平方公尺)、北段為167321.32(元／平方公尺)。資料來源：廖家顯，1996：134。

鬆管制（deregulation）、市場化（marketisation）及個性化（individualisation）幾個空間特徵(Bourdieu，1998；Larner，2009；Jou Sue-Ching、Clark Eric、Chen Hsiao-Wei，2014：13)。

許耀祖（2019）觀察臺南神農街發展觀光引發的仕紳化，確認仕紳化帶動地價租金。同時，考察住民、商家、在地組織及政府部門的社會關係變化，發現觀光發展初期，因相互成長的需求，住民與商家互動良好。觀光利益興起後，競爭日趨明顯，商家汰換率高，在地組織與政府部門的集體決策漸失公信，社會相互作用式微。

以上關於臺灣城市進程，或是老街發展觀光的仕紳化研究成果，皆以經濟生產觀點為主，討論社會分化改變的鄰里關係，但較少經由空間再結構的分析，觀察社會的日常生活(經濟活動)改變，討論仕紳化的生成及影響。夏鑄九於 1989 年的田野調查，所見到的低住宅使用及權利關係人(屋主及店主)的營業比例及分化，呈現北重於南的空間狀態，是本研究關注的變化焦點。

二、歷史軸向過往的空間結構訊息掌握

夏鑄九於 1989 年的大稻埕空間結構調查，經田野調查及訪談紀錄，彙整地方各項傳統產業的分布，看出產業經濟活動內容的實際空間，當時尚未有土地利用的政策空間，可做比對經濟活動的因應考量。但經紀錄圖資的建構，已能理解當時的產業分布區位建立在相互信任的社會基礎。

本研究涉及歷史軸向的前後空間議題，對於無法現身過去的田野調查限制，以及曾經參與者的記憶有限等調查窒礙，如何建構具有分析信度的空間結構圖資，是研究必須突破的課題。對此，筆者經由公司歷史訊息(中華民國工商名錄、財政稅務資訊平臺)的採集歸納及簡易統計，獲得空間結構圖資的建構依據，依照營業類型及項目類別，繪製能夠辨識經濟活動的空間結構圖。

第三節　文獻回顧

壹、文獻計量分析法的探勘

研究初步想定大稻埕城市的旅遊化之後，誠如 Smith 所言，其空間結構將有所調整，仕紳化確實也有機會生成。國內都市社會經濟的研究領域，談論仕紳化仍多聚焦在租隙效應(Rent gap)影響社會基礎的變化等相關議題。對於這個全球化城市議題，能否有其他研究成果探索方向，幫助本研究的課題界定。對於這個發問，筆者採用文獻計量分析（Bibliometric Analysis）[16]，透過 SCOPUS [17]及 VOSviewer [18]聚類分析系統，蒐集國際間有關城市空間再結構、仕紳化的研究期刊[19]，對其主題、關鍵詞載錄鏈結序列計量，可視化研究的走向及課題範疇，獲得研究的立論基礎(張雅銘，2022c)。

貳、城市仕紳化的研究進程

1950 年的城市發展傾重都市更新改造破敗衰老的社區，出現中產階級擠壓社會底層勞工的排他現象（簡博秀，2015：64）。1964 年，Ruth Glass 觀察倫敦的中產階級移住勞工社區後，描述環境與房價的變化造成階級隔閡和社會距離的疏遠，嚴重剝奪勞工的生活權利，開啟首波的城市仕紳化研究。1970 年至 1980 年間，新自由主義（Neo-liberalism）的資本經濟自由市場成形，加重社會階級的排斥現象，此現象存在於社會及產業經濟、文化的複雜關係（Smith,Neil，1986：151），進入第二波仕紳化的研究焦點在都市經濟及空間再結構的區位變化，對仕紳化的定義

---

[16] 研究文獻計量為實驗性研究方法，常用在某特定領域學術文獻的聚類分析資料建立，供研究者透過研究主題與關鍵詞彙出現次數及總鏈結次數的統計，觀察研究題型與趨勢（林巧敏、范蔚敏，2010：21）。一般會再結合可視化的知識圖譜，據以分析及探勘缺少且有必要的研究題型，在短時間內組織具可行性的研究架構，並建構方法論。本研究以此探討觀察城市仕紳化的觀點，據以歸結適切的論點，但要進一步做文本分析時，就必須用 GOOGLE 學術搜尋系統，找尋期刊全文及同類型期刊。

[17] 索引摘要暨引用文獻資料庫，整合研究文獻、專利資料及優質的網路文獻資源。

[18] 建構可視化研究文獻計量之知識圖譜系統工具，荷蘭萊頓大學科技研究中心（The Centre for Science and Technology Studies, CWTS）團隊研發。

[19] 期刊樣本為以 1986 年後收錄英語出刊「仕紳化」及「空間再結構」議題的期刊為主，分析城市仕紳化研究領域的分布狀態，做為研究方法論的歸結基礎。

傾向空間結構調整過程，區位的入侵（Invasion）改變空間論述（Smith,Neil，1996；Ley，1996；簡博秀，2015：65），這時的仕紳化經常發生在舊城區（abandoned areas），且不再只是 Ruth Glass 關注的住宅區，他也發生在工業區及商業區（紐約布魯克林的蘇活區，New York's SoHo，Schaffer and Smith，1986；Kloosterman and van der Leun，1999；李承嘉，2010：106），郊區的中產資本回歸工業時代留下的工業舊城，改變原有區位的經濟條件，造成空間結構變化，經常出現不可復原的社會決裂。1990 年，仕紳化發展到第三波進程，國家權力介入及資本主義過度操作，已被證實在城市空間的調整過程，結構出系統性的運作關係（Jason Hackworth、Smith,Neil，2000：475）。這時的仕紳化研究轉為關注公共政策導向，顯現政策影響空間生產的意義（Lees、Slater and Wyly，2008；簡博秀，2015：65）；尤其在政府政策的配合下，公共空間（public space）的運用成為資本主義操控利益分配的工具。國家權力聯手資本主義打造的全球化城市，生成的仕紳化產生極大的推力，經常打擊長期住民—勞動階層及社會弱勢（Smith,Neil，1996a：15）。21 世紀初，社會的階級分化、對立導致群我關係的解構重組成為城市仕紳化的新時代議題，Shaw Kate（2008）指出在房市場金融化顯著影響的世代來臨，國家政策的干預造成空間的政治化及社會的兩極分化成為第四波仕紳化的主要特徵（Shaw Kate，2008：1763）。近年仕紳化的批判性論述成為城市發展史不可或缺的一部分，透過田野調查、訪談、資料蒐集方法，從不同的角度檢視及批評城市運作的不均衡發展；社會運作能有階級層次之分，但公民權利須一視同仁，這是批判的基本理念。

參、城市仕紳化研究關注社會鄰里的群我關係

筆者就「仕紳化」（gentrification）為議題核心的文獻，蒐集到 1986 年至 2021 年的 846 篇期刊，涵蓋城市規劃、地理學、社會學、人類學、自然科學、環境工程及醫學領域。將期刊的關鍵詞予以計量後，在總鏈結量達 4,510 次的仕紳化（gentrification）之後，是鄰里關係（neighborhood）的 1,929 次，接著是居住特徵（residence characteristics）的 722 次（表 1-3-1），其次，還有都市規劃（urban planning）、

位移(displacement)、貧困(poverty)、都市政策(urban policy)、都市化(urbanization)、房屋市場（ housing market)、新自由主義（ neoliberalism)、居民（ resident)、空間分析(spatial analysis)、文化遺產(cultural heritage)、社會排斥(Social exclusion)、全球化（ Globalization ）等。仕紳化緊密連結的關鍵詞以都市政策、都市規劃對社會行為影響的觀點為主，其中以「鄰里關係」最受重視，顯示多數研究關注仕紳化對社會生態、政策制度及居住特徵與環境條件的影響(Francis A. Pearman II，2018：125)。除此之外，「位移」、「貧困」及「社會排斥」等社會批判用語的出現亦是頻繁，表示社會排他的鄰里關係，社會底層與邊緣弱勢住民對應貧困與社會排斥，以及市場經濟競爭區位調整議題，同樣受到研究關注。

表 1-3-1：1986 年至 2021 年仕紳化研究領域的關鍵詞計量

研究主題與關鍵詞載錄的用詞	出現次數	總鏈結次數
仕紳化（ gentrification ）	575	4510
鄰里關係（ neighborhood ）	141	1929
居住特徵（ residence characteristics ）	22	722
都市更新（ urban reneeal ）	70	641
都市規劃（ urban planning ）	67	538
位移（ displacement ）	71	532
貧困（ poverty ）	26	496
都市政策（ urban policy ）	45	449
都市化（ urbanization ）	35	406
房屋市場（ housing market ）	36	358
新自由主義（ neoliberalism ）	36	296
居民（ resident ）	9	252
空間分析（ spatial analysis ）	20	230
文化遺產（ cultural heritage ）	14	229
社會排斥（ Social exclusion ）	8	84
全球化（ Globalization ）	10	60
租隙（ rent gap ）	6	16

備註：關鍵詞出現次數；總鏈結次數為連結主題、關鍵詞、摘要、參考文獻等欄位次數總計；本研究整理與議題想定相關且鏈結量最多者(資料來源：本研究彙整)。

根據文獻計量結果繪製的「知識圖譜」（ Knowledge Graph ）進一步可視化[20]仕紳化研究的大環境狀態（圖 1-3-1），顯示「位移」描述的是社會動態，「貧困」與

[20] 知識圖譜的圖例說明：圖塊顏色深淺為研究領域的分群，其大小則是示意關鍵詞的總鏈結量高低。

「社會排斥」是社會批判的焦點。貧困頗高的鏈結量反映社會排斥造成底層低收入者的人口流失是美國社區常見的鄰里關係變化（圖 1-3-2），是城市日常生活的觀察導向。「居民」、「空間分析」及「全球化」是城市社會觀察不可排除的要素；環境主體—住民生活形式及文化認同的被商品化，這是描述仕紳化現象外顯的依據；空間分析在於整理區位的調整結果，全球化則是檢視國家政策與資本主義支配的原則性概念。文化遺產與仕紳化的鏈結關注都市規劃的可持續性發展，以觀光發展及鄰里關係建構為描述重點。

Smith 在 1979 年提出的「租隙理論」從經濟學觀點的經濟生產效益檢視仕紳化，經由都市地租及土地區位、利用價值探討租隙（rent gap）的狀態，用以推論仕紳化的可能性與限制。特別是土地價格成為不動產價值的主體時，「租隙理論」面臨到實際地租檢驗限制的舊城區，不易獲得正確的實證結果[21]。類似迪化街這種舊城區的商業地段，土地價值肯定高過地上建物；也就是說，並不是所有與城市成長 / 都市更新有關的仕紳化現象都適合用租隙理論檢視，因為實證過程會受到一定的限制[22]，所以近年租隙影響說的研究能量有下降趨勢。綜觀城市仕紳化研究趨勢，確實明顯走向社會性的觀察，以及社會結構變化突顯的階級對立批判。Smith,Neil 認為全球化城市的消費主義意識，讓仕紳化成為城市空間再結構的一部分（Smith,Neil，1986：151），他也曾經表示：「**仕紳化不再是住房市場的狹隘認定，以及不切實際，而是付出巨大耗資的住宅前沿：中心城市景觀的階級改造（Smith,Neil，1996c：37）。**」政府部門的公共空間政策及資本主義支配下的城市仕紳化，帶起一股城市進程的社會批判風潮。

---

[21] Smith,Neil 認為實際地租受到土地及建築現況條件的影響，這個概念適用於地上建物價值佔不動產價格比例較高的都市，地上物現況才是決定實際地租價格的條件，影響租隙做為仕紳化生成的條件。不過，近來也有研究論點認為實際地租並不完全受地上建物條件影響，當土地價值占不動產價格比例較高時，地上建築狀況就不會是實際地租的主要影響因素；此時的租隙就不會是仕紳化出現的唯一成因（李承嘉，2000：80），仕紳化的研究從早期租隙影響的經濟面轉向空間生產與社會性結果的觀察及批判。

[22] 據李承嘉等人調查迪化街確實存在租隙，但實際訪查發現這裡的店鋪租金是結構性的哄抬上漲，與土地利用價值沒有一定對等。

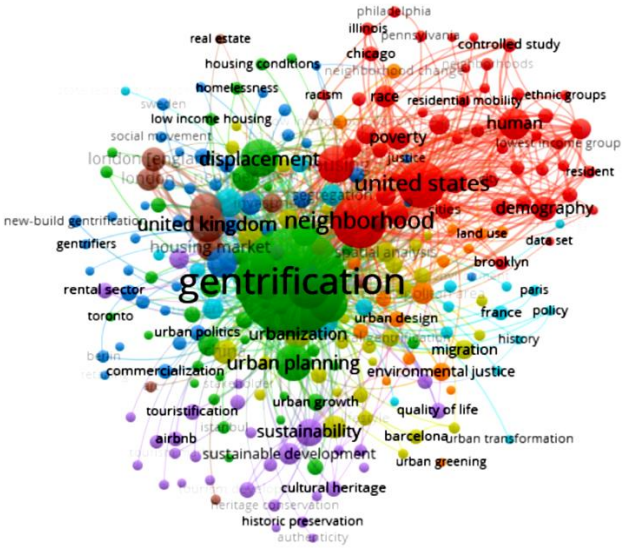


圖 1-3-1：1986 年至 2021 年仕紳化研究知識圖譜

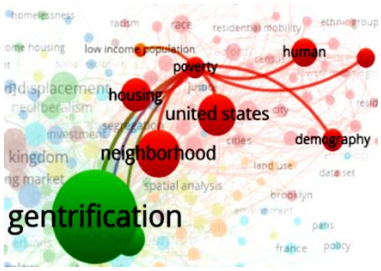


圖 1-3-2：貧困鏈結仕紳化議題

肆、空間再結構與仕紳化研究鏈結：公共空間的政治性與住民生活抵抗

在前面的期刊蒐集成果內，再以「空間地理」為條件篩選出 479 篇關於都市規劃、地理學、社會學的期刊，按社會運作分出八個主題，包括：（A）政策導向及資本支配、（B）空間地理與社會結構、（C）族群人權與社會階級、（D）區位競爭與經濟市場、（E）城市抗爭與社會運動、（F）政黨介入與政治操作、（G）城市衰退與其再投資、（H）空間理論與意識形態。計量結果顯示空間地理與社會結構，近年是仕紳化研究的主要題型（表 1-3-2、圖 1-3-3），2005 年後關注區位競爭與經濟市場的仕紳化；2007 年時，有從族群、人權與社會階級的立場，批評城市仕紳化的研究。2010 年後出現城市抗爭、社會運動與城市仕紳化現象的批判。

表 1-3-2：空間地理研究領域的仕紳化題型　　單位：篇

時間 / 主題	1986s	1987s	1992s	1994s	2002s	2005s	2006s	2007s	2008s	2009s	2010s	2011s	2012s	2013s	2014s	2015s	2016s	2017s	2018s	2019s	2020s	2021s
A										2		1	1			7	12	5	5	9	14	8
B	1	1	1		1	3		2	3	4	5	6	4	8	15	6	15	15	22	19	29	14
C								1	1		1	3	1	1	2	2	2	2	5	5	14	13
D						1			1	2	3		1	1	5	4	7	9	8	7	17	21
E											1	1					3	6	2	1	2	3
F							1						2			4	5	3			2	3

G									1		1		3		3		6		3	5	2	3
H				1							2	1				3	3	4	5	4	6	6
年度篇數	1	1	1	1	1	4	1	3	6	8	13	12	12	10	25	26	53	44	50	50	86	71
累進篇數	1	2	3	4	5	9	10	13	19	27	40	52	64	74	99	125	178	222	272	322	408	479

資料來源：本研究彙整自 SCOPUS 資料庫。

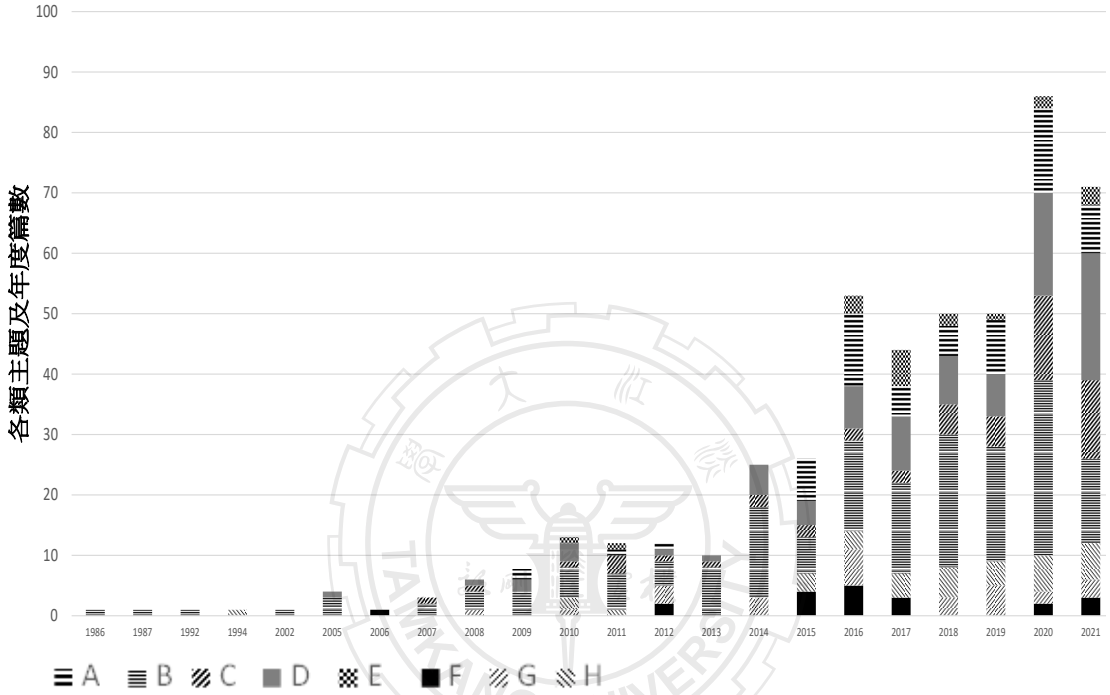


圖 1-3-3：空間地理研究領域的仕紳化題型可視化（本研究繪製）

城市空間結構有城市延伸（Urban extension）及都市更新（Urban renewal）兩個系統，城市延伸研究多傾向自然的有機論述，針對未開發素地（農地、山坡地）進行規劃設計發展研擬；相對老舊城區環境改造則屬都市更新。後工業社會（Post-industrial society）遇社會與經濟結構的調整，建築環境 / 空間衍伸出新的生產與再生產機制，消費及流通模式，新的模式（文化創意產業）在空間地理也會發生變化（Smith,Neil， Peter Williams，1996：21），有時則是在舊城區內發生空間結構的重新組構。

479 篇期刊僅三篇聚焦空間再結構與仕紳化關係，討論仕紳化造成社會動態反映的負面影響，物質環境的優化結果是公共空間的政治性實踐彰顯，形成空間的邊緣化，以及隔離、排他、驅逐等社會排斥現象。再一次的計量探勘[23]，結果見到仕紳化與空間再結構的鏈結包括：隔離（segregation）、全球化（globalization）、公共空間（public space）、空間分析（spatial analysis）、都市規劃（urban planning）、位移 / 仕紳化(displacement / gentrification)及都市政治(urban politics，表 1-3-3)。

分析至此，確認論述大稻埕城市空間再結構與仕紳化關係的框架—政治性的空間生產，即在都市政治與政策規劃層次，以全球化經濟觀點—消費主義意識形態，研究社會的集體決策調整的空間再結構，且觀察對象應為公共空間（public space，圖 1-3-4），或是空間的公共性對市場區位變化的影響。研究切入空間再結構的分析操作，見到與仕紳化、全球化、都市規劃及公共空間密切鏈結的城市進程（圖 1-3-5）；這是有意識的政治性空間生產，也是回應 Smith（1996）都市公共空間的資本支配，總與長期住民及社會底層處於對立，社會抵抗的是空間的政治性集體決策，導致空間結構不平衡發展的見解。

過去以特定意識形態發起的城市抗爭運動已轉為市民日常生活抵制空間的政治性，一種薄弱無聲的社會運動；亦即，對於無意識的社會日常及住民生活的改變是被迫或者主動自覺，例如：迪化街傳統商家的經濟活動 (營運模式)如何接上觀光經濟活動，有必要納入這波大稻埕城市空間再結構與仕紳化的研究議題。

表 1-3-3：仕紳化與空間再結構研究領域關鍵詞計量

研究主題與關鍵詞載錄的用詞	出現次數	總鏈結次數
仕紳化（gentrification）	11	88
隔離（segregation）	2	24
全球化（globalization）	2	22
公共空間（public space）	2	22
空間分析（spatial analysis）	2	22

[23] 研究再度同時以「仕紳化」(Gentrification)、「空間再結構」(Spatial Restructuring ）兩個詞彙，再度實施文獻計量，結果收穫 1998 年至 2021 年的 16 篇期刊，出現 11 個關鍵詞。

都市規劃（urban planning）	2	19
位移 / 仕紳化（displacement / gentrification）	1	16
都市政治（urban politics）	1	16
空間再結構（spatial restructuring）	2	10
新自由主義（neoliberalism）	2	14
鄰里關係（neighborhood）	1	13

資料來源：本研究彙整。

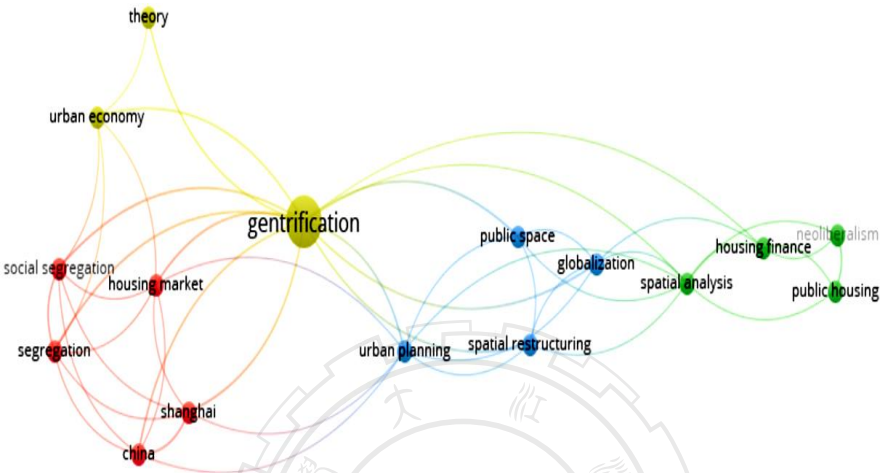


圖 1-3-4：仕紳化與空間再結構研究領域連結狀況

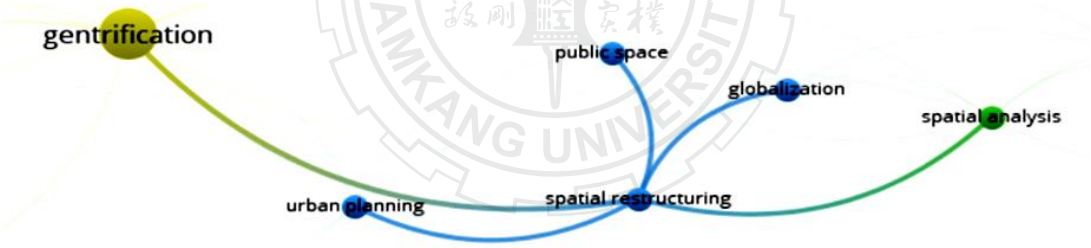


圖 1-3-5：空間再結構與其他城市研究領域的連結

伍、仕紳化先鋒

研究文獻的文本探勘同時掌握到仕紳化的製造者—仕紳（gentrifier），在首波研究時期，工業化舊城區的都市更新歷程，中產階級是最早的仕紳者；第二波的 1970 年至 1980 年，布魯克林的 SOHO 經驗，藝術家與建築修復專業者（建築師）成為仕紳化先鋒，打造頹廢城區的歷史文化品味，做為城市再投資的籌碼（表 1-3-4）。1990 年以後，國家權力、資本主義及後工業社會的新中產階級—知識勞工：網路媒體、空間設計專業者、藝文管理者，老舊建築屋主，承租店主，甚至遊客都是

仕紳。新時代仕紳在物質環境優化及空間再結構過程，共享仕紳化帶來的經濟發展利益；不過，他們鮮少願意釋出相同生活權利予未能公平獲得利益者，這讓社會低階群體或無權參與城市發展的群體處在社會的隔離、驅逐或流離失所困境。

表 1-3-4：城市仕紳化存在方式及其製造者

作者，時間	研究操作方法	仕紳化製造者	結論 / 仕紳化的存在及影響	
			內隱	外顯
Christopher Hamnett 、Peter R.Williams ，1980s	從過往的研究檔案理解社會菁英階層以同心圓的地理分布居住在城市外圍，經濟貧困者集中居住在城市中心。	房地產開發商、房東、企業體。	更新重建後的內城社區，仕紳化現象驅離的是貧窮的社會底層。指出國家權力介入，讓長期住民被邊緣化，必須檢視各種的介入機制，包括私人市場的操作。	仕紳化改善的住宅市場是指，但實際的社會作用是租金提高也壓縮可出租的房量，社會底層獲得租屋機會大幅降低品質的升級，最後存在大量的空屋率。
Zukin Sharon，1987s	透過公部門檔案文件等資料分析，從文化與資本角度探討仕紳化在城市的定義。	藝術與建築保護修復工作者	舊有建築的改造，引入藝術創作及建築修復工作者進入，保護歷史場域，建構城市品味。	仕紳化對品質惡劣的住宅環境，以及新文化設施在城市中心的密集建置的影響直接且明顯；此現象喚醒人們對舊建築物 / 空間的物質、美學認識，支持保護歷史場域及城市的修復，連結 19 世紀末，美國貴族對藝術與建築保護與修復的支持，積極倡導以城市美化重建城市。
Jones G. A.、Varley A. ，1999s	以墨西哥這個較早被研究學者進行評估仕紳化發展的國家為對象，調查歷史城市普埃布拉（Puebla）的保護狀況。透過實際調查及訪談，關注城區內的建築空間經過裝修的用途，發現仕紳化對於空間形成階級區分的象徵意義。	決策者、資本家及觀光娛樂業者。	指出歷史城區的經濟復甦，在長期住民無能力整修房屋情況下，由資本主義挹注，導入觀光和娛樂休閒成為這類案例優先考慮的發展方向。結果，住民離開，觀光經營業者進駐。 國家政策避免了容轉這個現象：空間沒有顯著的階級化。	這個城市改造後成為國際觀光熱區，渡假遊客白天遊覽歷史城區，夜晚的娛樂需求衍伸出高檔餐廳、酒吧等仕紳化場域，是一種晝夜不同地方意涵的歷史場域。
李承嘉，2000s	以問卷在迪化街做沿街的租金調查結果，研究者據調查數據指出當時的迪化街存在租隙現象。	資本主義者	仕紳化現象的「租隙理論」是 Smith,Neil 於 1979 年提出，從經濟學觀點檢視仕紳化。研究者以理論分析，經由都市地租本質探討租隙（rent gap）的形成，以及租隙用來檢視仕紳化的可能性與限制。	該研究主要從經濟學觀點檢視仕紳化，並未從物質環境觀點切入探討仕紳化存在的外顯位置。

Chris amnett，2003s	蒐集公部門政策文件、研究檔案及調查報告，從歷史訊息瞭解這個理論的成長及爭論，從中找到研究的仕紳化論點位置，再從訪談獲得實證。	後工業社會的新中產階級	工業社會轉型後工業社會型態，原先的產業結構與收入顯著改變，1961 年到 2001 年，倫敦工業社會的中產階級持續成長，但產業轉型過程，中產階級工作模式若無法隨之改變而適應，無法獲得高端管理職務及薪資報酬，此時出現新的後工業社會中產階級。	面對生活及住宅市場的壓力，舊的中產階級屈就居住環境品質差的老舊內城區，節省通勤開銷。但仕紳化也造成某些市中心的舊中產階級的人口流離失所。
楊友仁、張智惠，2003s	經文獻回顧建立權力機制、地方政府及外來資本的仕紳化分析模型ㄧ租隙競爭政權；透過決策成員及開發商、規劃設計代表的訪談。	掌握權力者，資本挹注者及環境改造者。	不留原有的住民生活，舊城區的改造並未改善住房問題。	資本主義塑造的類似歷史城區保護場域，舊建築形式被轉為開發商業的象徵，但是留下歷史的建築外貌。
Elvin K Wyly、Daniel J Hamme，2004s	以種族歧視的觀點探討美國城市體系的仕紳化現象透過實地調查及不動產金融數據資料庫等資料蒐集，量測分析 23 個城市的住宅市場及房市政策。	創造新自由競爭市場機制權力者，資本挹注者及環境改造者。	城市更新後的仕紳化過程，社會階級與族群分立的現象會持續存在。	社區環境品質升級。
Zukin Sharon，2009s	從新興零售業與社區關係變化角度，蒐集研究檔案及數據資料，對店家做語意分析，據以研究紐約精品店與仕紳化現象。	政府部門、公眾媒體及民營化組織	仕紳化製造者們皆視精品店為地方振興，經濟復甦的象徵與代言人，結果徹底擠壓長期在地的底層居民	1970 年左右，城市出現的高級餐廳、咖啡廳和精品店，是外顯的仕紳化標誌。1990 年以後，小型地方連鎖店及大型企業投資的連鎖店面，大幅壓縮傳統商店的生存。
Zukin Sharon，Philip Kasinitz，Xiangming Chen，2015s	在全球化城市的地方商業街做長時間的調查紀錄及訪談，分析商業街產業結構生態系統聚焦「供應鏈」、「居住社區」、「政府政策」、「媒體形象」等四個結構面的連結，呈現業主（房東）、店主（店家）及消費者的交易關係，瞭解地方商店貨品/產品的供應路線影響物價，商店	業主（房東）、店主（店家）及消費者	廉價店鋪及與商店街不相干的住民生活被邊緣化。	仕紳化定義從精品店增加 A：藝術畫廊（Art gallery）/B：精品店（Boutiques）/C：咖啡廳（Café），這些新興商店具全球化同質性，其建築臨街面也都有高級的櫥窗，取代傳統商店的廉價擺設。其室內空間的陳設材質、色彩計畫都體現對消費者品味要求的掌握，體現塑造出仕紳化的標誌作用，貼有此標誌者能與廉價商店的老舊、混亂及髒亂意象清楚區分。從生活模式的改變，也有現代藝術館及潮流

	個體及商店街整體的名聲			酒吧取代毫無生機的舊店面，迎合人們對於舊環境與建築空間美學喜好。

資料來源：本研究彙整。

陸、大稻埕城市空間再結構與仕紳化關係之分析架構

以往探討舊城區文化旅遊化的空間再結構，有從文化消費面向切入，討論空間美學導入空間的結構調整，以及保存歷史場域的可能性(Zukin Sharon，1987)；有從資本主義干預空間結構調整的面向，看見文化遺產場域修復後的空間階級化(Jones G.A.、Varley A.，1999)；也有研究認為遊客在旅遊地以沉浸式的身份認同參與文化表演，例如：復古著裝遊行，或者身處在過去店屋的隱私空間享受城市休閒生活，看到空間本質的改變(Fenne M. Pinkster、Willem R. Boterman，2017)。

此外，都市規劃與特殊歷史事件主導的城市經驗，讓我們理解在國家權力與資本主義的合作之下，城市事件主導的空間再結構具有一定的政治性經驗[24]。大稻埕的專用區細部計畫的實施即屬於國家權力介入地方改造，2002 年正值國內文創產業發展起步，國家雨勢政府的上位政策持續介入市街保存及活化再生（特定區專用規劃與容積移轉政策、文創產業政策），很快就連結資本主義處理市街的空間活化再生，出現空間的社會邊緣化現象[25]。21 世紀的第四波仕紳化研究傾向社會觀察與批判，研究者尤其關注國家權力與資本主義聯手支配城市公共空間的發展，還有利益的分配不公，常以「貧困」、「社會排斥」及「隔離」批判視角檢視城市的仕紳化，同時更關切仕紳化對社會日常生活變化的影響。

[24] 2010 年廣州亞運帶動城市重建，利用潛在房地產發展能量，實踐全球化發展目標。Shin,Hyun Bang 對決策關鍵者做深度訪談，分析政策文件檔案，探討大型運動賽事對主辦城市發展的策略性，包括：透過政治推廣，私人企業組織抵制全球資本侵襲，透過國家補助的手段，籌建硬體設施（Shin,Hyun Bang，2014：2961-2963）。結果發現廣州試圖採取「跳躍式發展」模式，從區域城市躍昇至國際型城市，最後連結廣東省結合實現城市轉型（Shin,Hyun Bang，2014：2969-2970），研究結論提出的事件主導城市空間再結構的政治經驗。

[25] Jason Hackworth 蒐集政策文件，採訪紐約克林頓，長島市等社區，探討州政府政策介入社區的仕紳化。發現國家權力干預導致地方承受州政府政策實踐壓力，不斷重建社區，仕紳化帶動地價提升，增加稅收。中產階級轉向落腳城市的邊緣地帶，提升小型投資個體的利潤管理風險，降低投資意願。另外，國家權力的擴張性經濟主張供過於求時，城市生產、分配、交換、消費的社會再生產計畫無法實踐（Jason Hackworth、Smith,Neil ，2000：464）。研究結論指出國家權力介入城市改造，容易連結資本主義造成城市空間結構調整後出現「邊緣化」現象。

城市改造優化後的空間邊緣常會出現仕紳化，有機會看到住民生活的改變，但是否住民的生活權利就此被剝奪，社會階級與群我對應的現象持續存在[26]，筆者持保留態度。市街風貌及店屋建築修復後，吸引眾人目光的是歷史的文化品味，明確的老街復古的空間特徵[27]。大稻埕走向文化觀光經濟體的建構，可能出現全球化國際商店街的精品店、咖啡廳[28]的過程，傳統產業經濟活動如何接上觀光經濟活動。市街發展觀光改變原先的社會基礎，遊客在白天的游動閱覽市街的歷史文化，夜晚在復古情境體驗現代性的城市生活，新的鄰里關係介入[29]，再加上資本化公共空間打造的新自由市場，原來的傳統經濟活動區位應該亦有所變化，是本研究觀察市街空間再結構的分析架構[30]；研究對於仕紳化的認定是以造成街區主體(市街經濟活動參與者)的生活脫離社群主體，且具文化認同的不可復原改變為標準。

[26] Elvin K Wyly 以種族歧視觀點探討美國城市仕紳化，透過田野調查及蒐集不動產金融數據資料，分析 23 個城市的住宅市場及房市政策，觀察仕紳化在種族歧視過程的影響。結果看到 1990 年後，新市場機制略為縮小某些城市的種族歧視範圍。不過，就現象的影響程度來看，社區的隔離與排他問題反而加劇惡化（Elvin K Wyly、Daniel J Hamme，2004：1215）。這項實證研究結論提出城市更新後的仕紳化過程，社會階級與族群對立的現象會持續存在。

[27] Zukin Sharon 從文化與資本角度探討仕紳化的定義，認為這個城市現象對住宅品質惡劣的環境，及新文化設施在城市中心的密集建置有直接影響（Zukin Sharon，1987：129）。

[28] Zukin Sharon 採用田野調查方法，追蹤分析全球化商店街的「供應鏈」、「居住社區」、「政府政策」、「媒體形象」四個產業生態結構系統連結，呈現業主（房東）、店主及消費者的交易關係，瞭解商店貨品 / 產品供應路線影響物價，商店個體及商店街整體名聲（Zukin Sharon ，Philip Kasinitz，Xiangming Chen，2015），將仕紳化定義基準連結優化後的店鋪，從咖啡廳（Café）增加藝術畫廊（Art gallery）和精品店（Boutiques）， 這是目前國際間在商店街或同質性商圈，認定仕紳化影響深入地方的三種指標性店面，也是仕紳化的外顯標誌。Zukin Sharon 將三種店面標籤化，以字母排列為 A：藝術畫廊（Art gallery）/B：精品店（Boutiques）/C：咖啡廳（Café），似乎隱喻字母的連結越多，受仕紳化影響更是清晰。這些新興商店街具全球化同質性，建築臨街面都有高級櫥窗取代傳統商店的廉價擺設。體現仕紳化標誌作用，其與廉價商店的老舊、混亂及髒亂意象區分。從生活模式的改變，也有現代藝術館及潮流酒吧取代毫無生機的舊店面，迎合人們對於舊環境與建築空間的美學喜好。從資本主義的生產看仕紳化，他是城市空間結構調整的一部分，並且與產業經濟調整有密切關聯（Smith,Neil ，1982：139），同時和觀光產業有一定的關聯，仕紳化是城市更新過程動態的空間現象，其可能造成某族群的對立及抵抗（Smith,Neil ，1996b：36）。

[29] Puzon K.探討貝魯特頹廢的城市景觀在遺產保護訴求下，解決遺產身份指定及所有權爭議時，更關注城市轉型過程，文化遺產意義及合理用途，特別是遺產創造與仕紳化關聯性—市中心邊緣地區面對社會空間再結構時產生的鄰里關係（Puzon K.，2019：916），像是歷史街區觀光發展，長期住民、店主與遊客的相互作用下的社會性。

[30] Smith,Neil 提出後工業社會的城市空間結構調整決定在社會生產及經濟結構的變化。這類研究建置大數據圖資，較少研究從「社會生產及經濟結構」的土地利用模式、房屋價格和人口結構討論地理空間的「區位」結構變化（周春山，2007：23-24）。一般透過空間圖資的區位性競爭條件及都市交通與基礎建設等訊息彙整，呈現不同時期的產業分布，據以分析產業與城市空間再結構的關係。

第四節　研究方法與調查範圍

壹、研究方法

物質環境的衰退是空間結構調整前的城市狀態，必須先有公部門政策配套資本主義之再投資目的，接著是環境品質改造的先鋒—仕紳（gentrifier），他們通常是不動產經紀人，建築修復及空間改造設計專業者，藝術家或是資本家最先現身處理建築整修及空間清理等硬體的優化，市場投資條件的軟體再造。環境的優化結果勢必產生社會結構變化，特別是主體 / 人們的群我關係及利益分配 / 公民權；獲得利益者認同城市進程，反之，喪失利益甚至是失去基本生活權利者，不是轉為城市運動者，就是淪為社會底層而遭到驅逐、隔離。利益與權利的分配結果改變空間結構，亦即仕紳化的社會性。

大稻埕城市空間再結構的分析以公共空間的政治性空間生產為觀點，探討去專門化以後的空間再結構狀態及商家(住民)生活（營業作息日常）的改變狀況。筆者嘗試提出的論點是：「**有意識的公共空間政治性生產，權利關係架構改變導出空間再結構，無意識的社會邊緣活動及日常生活的空間對策能夠辨識仕紳化的位置，兩者是城市仕紳化批判架構的對話基礎**。」

空間分析(Space Analysis)是都市社會經濟的人文區位學（Human Ecology）領域常用的實質土地使用空間分析策略，描述社會變化的空間現象，筆者據此策略，聚焦「旅遊化」後的大稻埕經濟活動動態，觀察空間核心與邊緣區位的日常生活改變，與其城市仕紳化的狀態。傳統產業相互鏈結的供需依賴，顯示空間的人文生態，而過去清代大稻埕的郊行群聚，茶行經濟活動的區位擴張，以及商埠服務功能的現代化，三個社會轉變相互的結果(米復國，1997：59)，呈現政治性空間生產結果下，空間的再結構狀態是清代的大稻埕產業生態。這觀點便是今日都市土地利用[31]的空間觀點(施添福，1900：119)，社會組織與產業經濟活動在空間的社會

[31] 指的是國家政策的空間實務作用形成的實質空間，亦即土地使用分區建築物允許使用的街廓。

作用，影響空間再結構的變動。本研究經空間分析操作，描述街區主體，包括：權利關係人、地方組織(商圈促進會及社區發展協會)、國家政府及流動攤商的社會互動與空間現象。站在「歷史老街活化」確保街區主體生活可持續性(sustainability)的生活空間(lived space)立場，藉 Lefebure 與 Soja「空間生產」觀點(夏鑄九，1994：38)，探討大稻埕旅遊化後，觀光產業生產模式 、社會組織結構及空間(實質空間、象徵空間)的三角檢視相互作用的空間再結構狀態，檢視國家政策構想街區的活化迎合城市的現代生活機能(文化教育、休閒生活及娛樂消費)，推動環境優化出現城市仕紳化造成的社會群體分化(Shaw Kate，2008) 是否仍存在負面評價。



圖 1-4-1：大稻埕城市空間再結構的空間分析觀點(本研究繪製)

近年國際間城市仕紳化與空間結構關聯性研究經常採用的研究方法有「資料蒐集」與「田野調查」，說明如下：

一、資料蒐集

本研究探討大稻埕劃定特定專用區後，其空間再結構結構及其呈現的城市仕紳化狀態。然而要瞭解迪化街保存過程，地方發展意識與政府決策作為，文化保存帶起的城市文化經濟發展方向，都市計畫政策的修正，以及專家學者導入的國際經驗，最後決定迪化街發展觀光經濟，朝向城市文化經濟體制的實踐，落實城市意象保存的共同決議等歷史訊息，必須透過檔案文本的梳理。對此，研究蒐集

中央與地方政府的政策文件(文稱：國家政策)、研究檔案、商業登記項目資料庫、次級資料(媒體報導及專訪文章)等訊息蒐集管道，據以理解國家與地方政府構想的大稻埕發展政策的定位與實踐作為。

二、田野調查：觀察法

資料訊息的分析是解決無法現身迪化街過去時空的歷史情境，觀察記錄空間重構的限制問題，近年在主街發生的空間結構與社會群我關係改變，包括：店家營業作息，而對市街發展的變化，必須現身市街透過觀察來補足文本分析的論述。

研究透過田野調查，考察面對國家政策，街區主體與地方組織的社會作用採取對策的空間化(spatialization)，並且尋找傳統產業與街區旅遊化觀光產業生產模式(經濟活動)的連接狀況，據以分析空間再結構的環境因素及影響層面。

貳、調查範圍

調查的地理範圍以夏鑄九預告迪化街出現城市仕紳化的專用區通過劃定後的 2000 年到 2021 年指標性傳統產業撤離主街的 21 年期間，在專用區發展旅遊化的歷史街區，包括：迪化街一段(稱：主街)的兩側店屋，街區產業結構關係密切的四條側巷(14 巷、32 巷、46 巷、72 巷)，以及民生西路、民樂街、安西街和歸綏街(圖 1-4-2)。

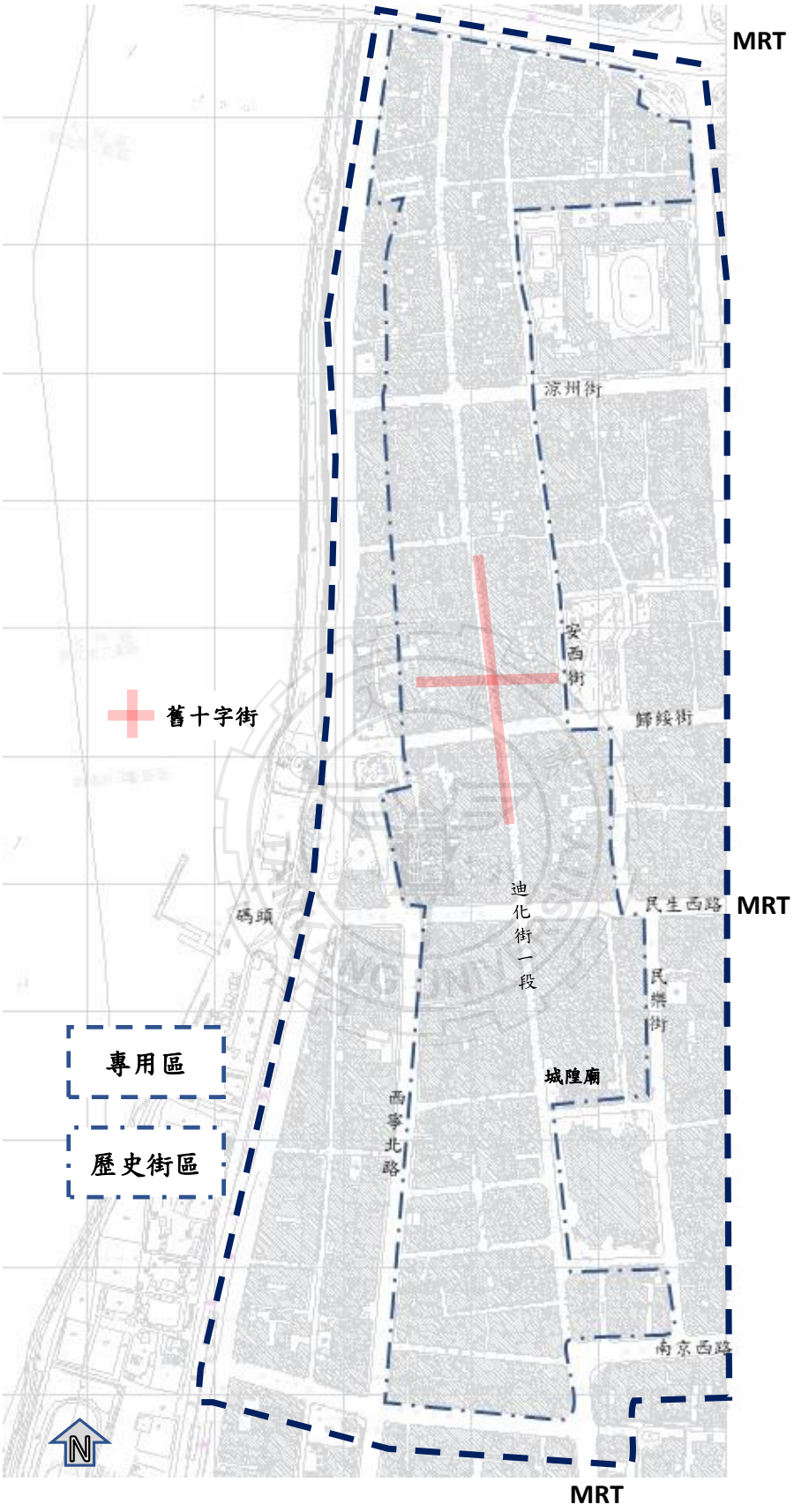


圖 1-4-2：研究調查範圍(本研究繪製)

本研究以 2000 年細部計畫實施後，發展觀光至疫情在臺影響[32]最嚴重的 2021 年的歷史街區為範圍，觀察旅遊化(Tourism)引起所有商營店鋪(住宅暫不列入)的空間再結構過程，目的在探討過去專業分工的大稻埕傳統產業與旅遊全球化的文化觀光[33]之消費服務業種在街區的空間版圖調整。

城市的商業空間結構的區位定義依據為商業活動類型，商品屬性(營業項目)代表店家的服務機能，其分布結構出空間現象(王鴻楷、陳坤宏，1989：13)[34]是本研究呈現歷史街區空間結構的依據。

研究採資料蒐集與田野調查方式，以街區 1 至 3 樓[35]商業空間登記可服務旅遊[36]營業項目，從財政稅務資訊平臺系統登載的公司基本資料，建置空間區位圖資做為空間結構分析基礎。

調查對象的分期時序有二：第一期是 2000 年街區進入修建期至都市再生前進基地(Urban Regeneration Station，URS) 的 127 公店保存經驗打開迪化街文化新視域的 2010 年；第二期是 2011 年進入城市文化行銷(文稱：城市行銷)到疫情衝擊觀光經濟的 2021 年。案例統計有一個時間點，二條時間帶，計畫實施首年的 58 間案例(表 1-4-1)，2001 年至 2010 年為 213 間，2011 年至 2021 年達 359 間。

[32] 2021 年 5 月 15 日至 7 月 26 日，國內因 COVID-19 疫情實施警戒性的生活管控，各種公共性商業場所都被要求暫停營業。疫情衝擊全球化城市觀光，其對大稻埕觀光的影響是全面，又或者一部份，是筆者將研究範圍的時序設定在這個時間的理由。

[33] 文化觀光(cultural tourism)已成為旅遊全球化(globalization of tourism)的代名詞。全球各地多以「文化」做為城市行銷的包裝工具或手段，在文化資本(cultural capital)與社會、文化、歷史的不同脈絡下，結合文化資產保存或文化創業產業等發展模式。(資料來源：殷寶寧，2011：23-44。)

[34] 都市的商業空間結構現象是商業(亦即服務業)的供需關係，依據產業經濟的成長在空間運作的結果（王鴻楷、陳坤宏，1989：11）。

[35] 調查對象分布範圍設定為街區建築的 1 至 3 樓空間是以店屋最高的三樓為垂直的空間界定。

[36] 調查彙整店家營業項目連結旅遊觀光及其環境優化設計、工程產業，包括：食品、菸酒、中藥、茶葉、布疋、飲料、餐館、飲酒、旅宿、烘培、不動產及空間設計與營造裝修、材料買賣等業種。

表 1-4-1：2000 年至 2021 年歷史街區店家分布　　單位：間

時間	樓層	南街	中街	中北街	北街	民生西路	民樂街	歸綏街	安西街	涼州街	環河北路一段	西寧北路	合計
2000 年	1 樓	25	3	18	0	7	3	1	0	0	0	1	58
	2 樓	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	3 樓	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2001 年-2010 年	1 樓	53	36	35	28	27	17	3	5	5	4	0	213
	2 樓	8	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	12
	3 樓	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2011 年-2021 年	1 樓	86	46	60	55	50	12	22	10	7	3	8	359
	2 樓	14	4	3	5	4	2	1	0	0	0	0	33
	3 樓	10	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	12

資料來源：本研究整理自財政部歷年公司登記資料庫。

有關空間結構的調整動態觀察是將街區內店鋪的營業項目統計後，據以處理可視化的圖資。首先以長條圖[37]呈現兩個時期街區店鋪的營業項目累進分布狀況，據以觀察每個路段傳統歷史產業的專業服務，觀光服務產業以及空間優化的服務比例，可視化的統計圖幫助筆者辨識街區各路段的傳統產業專業分工的空間區位特徵。其次，將營業項目統計的結果可視化，接著在地籍圖再處理實際的商業經濟活動於街區的分布，呈現城市觀光產業生產模的結果，亦即歷史街區發展旅遊地後的實際空間。最後比對國家政策的實質空間(土地使用分區)，找出街區主體及地方組織參與旅遊地發展文化觀光的因應對策。

[37] Katharine N.在調查多倫多商店街時，也以這種統計圖說做為辨識商業區內零售業變化的分析依據(Katharine N. Rankin, Kuni Kamizaki, Heather McLean，2015)。

第二章　戰後大稻埕迪化街之人文區位空間結構特徵

第一節　1945 年至 1999 年之大稻埕城市進程：國家政策導向的實質空間

壹、日治時期大稻埕產業社會之專業分工

1907 年至 1910 年，臺北的首次市區改正以艋舺為計畫區域，1922 年再改造大稻埕的道路與街廓紋理，這裡成為殖民政府實踐現代化的物質空間(林文一、張家睿，2021：341)。明治至大正年間，頒布的茶葉、米穀、食鹽、糖業、私人醫院及產婆、齒科院、髮廊業、料理屋及娛樂業等產業規則。警務監控、電信網路、市場衛生等基礎建設，顯示國家權力介入殖民屬地的管理，但保留大稻埕商業競爭的市場區位條件。當時的興盛榮景建構在殖民母國為求國際地位的認同，承諾妥善管理殖民地的前提[1]；大稻埕居於淡水國際商港的口岸位置，自然成為臺灣全島物資豐產象徵流行的指標，也是城市的消費生活核心地。從過去的耆老回憶，能夠看到大稻埕的傳統產業一直有著清晰的專業分工，南街的中藥街與不接，中街以北的南北貨街，共同扮演地方服務的功能，成為地方的集體記憶。

林天來：「**日據時期迪化街中街、中北街以山產（香菇）及海產（進口的鹹鰱魚、鹹吻仔魚）店為。南街則以布店、中藥店為主。**」[2]

莊永德：「**日據時期貴德街茶行林立，有數十家之多。當時亭仔腳（騎樓）堆滿了茶葉、茶花，茶香四溢，光復後茶行逐漸外遷，而布行移入，已由茶街變成布街。**」[3]

曾茂生：「**日據時期，延平北路很熱鬧，商店林立，以布店、百貨店為最多，也有茶行。那時臺北與三重間只有一座臺北橋，三重過橋進入臺北，延平北路是必經之路。每逢舊曆年前一個月，延平北路的商店為了應付年關，都在騎樓下搭**

[1] 1918 年的一戰後，美國總統威爾遜所提十四點和平原則之第五條平等對待殖民地人民。
[2] 資料來源：臺北文獻會，1991，〈大稻埕耆老座談會紀錄〉《臺北文獻直字》，99 期，頁 5。
[3] 資料來源：臺北文獻會，1991，〈大稻埕耆老座談會紀錄〉《臺北文獻直字》，99 期，頁 5。

建貨架，以增加商品擺設空間。迪化街各路段行業如下：杜厝街、益保裕街以米行、農具店為主；中北街是雜糧店；中街是南北貨、藥店；南街是布店。」[4]

簡鴻春：「**日據時期，日本人大多集居在城內（中正區、前城中區），城外的大稻埕則為臺籍商人居多。此區並且是南北貨最大集散中心，當時貨品都是中國大陸福建省一帶土產，渡海來臺後，就在大稻埕碼頭卸貨，集中迪化街批發出售。北街以布行和南北貨批發商為主，中街以中藥和南北貨店居多，南街則是中藥店和布行主要的集中區。茶行過去多集中在貴德街，迪化街則無法看到。」**[5]

日治時期的大稻埕產業專業分工的「群聚」（cluster）呈現人文區位的空間特徵，產業經濟活動集中在清領時期形成的十字街空間。1928 年，迪化街一段（昔日的永樂通）集中貿易代理，中藥行、南北貨批發店、米穀及肥料店，茶葉商行聚集在延平北路二段（昔日的太平通）與民生西路（昔日的媽祖宮街至朝陽街）；1932 年，主街仍以貿易、批發產業為主，包括：中藥、南北貨以及米麵食店、漆料行、醫院。茶葉商行僅在南街有零星二、三家，布料行在西寧北路（昔日的建昌街），延平北路二段的百貨、洋服、旅店、醫院、相館、雜貨行和建材行，普遍與地方民生相關的產業。茶葉商行則是向民生西路兩側的側巷做縱深延伸，出現區位擴張的空間變化。在殖民政治的治理系統控制之下，大稻埕產業的區位結構代表臺籍住民生活的社會環境被政治限縮，卻也能夠體現地方服務的城市機能。

貳、1945 年至 1965 年國家資本與經濟政策導向之市街貿易復甦時期

這裡觀察的是戰後 1945 年至 1999 年專用區劃定前，大稻埕的主街及四條側巷等調查範圍，彙整各年度刊載於《中華民國工商名錄》的 442 筆公司營業基本資料（表 2-1-1），訪談曾經現身 2000 年以前的市街參與者，瞭解過去主街的產業經濟發展狀況。接著，再以文獻回顧，蒐集政策、產業及社會發展訊息，觀察夏

[4] 資料來源：臺北文獻會，1991，〈大稻埕耆老座談會紀錄〉《臺北文獻直字》，99 期，頁 6~頁 7。
[5] 資料來源：臺北文獻會，1994，〈大稻埕南北貨座談會紀錄〉《臺北文獻直字》，110 期，頁 6~頁 7。

鑄九提出（1988）的戰後迪化街的「恢復期」（1945 年-1965 年）及「相對衰退期」（1965 年-1989 年）的空間結構特徵與國家政策的關聯性。至於 1989 年至 1999 年的 10 年期間，筆者認為這是大稻埕的都市修復準備期，歷史街區處於再投資（Reinvestment）的閒置狀態。關於大稻埕的茶葉、中藥、南北貨及布疋產業分布，夏鑄九的調查已說明歷史物業的產業區位與空間結構有著密切關係。本研究再以「製造」與「貿易」兩個關於國家經濟定位的區位別，瞭解大稻埕的城市服務機能。調查結果獲得的案例從最早期 1953 年至 1999 年，計貿易業有 249 間，製造業有 193 間，各階段時序與案例的確呈現下滑衰退(表 2-1-1)。

表 2-1-1：迪化街一段的製造及貿易業歷年店家統計　　單位：間

時期	恢復時期			相對衰退時期							都市修復準備時期				
年份	1953	1958	1964	1966	1968	1974	1976	1979	1980	1984	1994	1996	1997	1999	合計
製造業	13	0	29	13	27	15	38	6	27	0	7	3	6	9	193
貿易業	57	35	61	32	0	19	14	5	14	5	0	1	4	2	249
小計：	70	35	90	45	27	34	52	11	41	5	7	4	10	11	442

資料來源：中國生產力及貿易中心出版，《中華民國工商名錄》（臺灣圖書館典藏）。

國民政府接收殖民政體的一切，包括：農、工產業經濟設施，打造一個國家權力操控的資本獨立經濟型態；不過，惡性通膨造成全臺民間的中小型企業運作幾乎停擺（夏鑄九，1989：29）；當時國民政府振興工業經濟的政策焦點擺在紡織業，對其他產業及民生物資供應政策並無聚焦（李文環，1999：143）。1953 年以後，國內的產業即使有美援的資金挹注，農作市場仍因糧商的惡性囤貨，米價不斷翻漲。同樣的時空背景之下，南北貨的市場也處在不穩定的局勢[6]；中藥市場亦不見優勢，淡季時期更趨萎靡的情勢[7]。1960 年代的食米還是物價波動顯著的民生物資，1961 年的「國際發展法」改變過往「贈與式」援助國內經濟的美援政策[8]，取而代之的是「貸款式」的援助。雖然美方改變資金援助政策，但不變的是技術

[6] 資料來源：商工日報，1955 年 7 月 10 日，第三版，「糧商扳持，米市翻升，南北貨呆勢不穩」。
[7] 資料來源：商工日報，1955 年 7 月 15 日，第三版，「進入淡季，中藥普低，食米續下游」。
[8] 美援政策對國內民生的影響在於美產農作物資贈與臺灣後，轉向國內市場銷售，獲得作為基礎建設的「相對基金」，促進城市工業生產及再生產（消費），活絡民間進出口貿易商、批發商及零售產業的發展（郝惠江，1962）。

援助，讓國內廠商透過學習模仿，紮根工業技術，取得國際分工的技術舞台（夏鑄九，1989：35；郝惠江，1962），這個技術援助逐漸在國內形成生產性資本。只不過，美援的成效始終不見無法平穩國內物價，1962 年一度由國家政策的介入，逐戶配售白米稍能穩定米市[9]，南北貨市場也才有趨向平穩[10]，隔年再以民生主義為依歸的經濟政策[11]，穩定國內產業市場，這個時期的國家對外經濟政策以出口導向為主[12]。在此同時，政府順勢鼓勵民間企業投入國際市場，改變臺灣的經濟模式，進而影響城市空間結構的調整（夏鑄九，1989：30），當時的臺北處在轉型城市工業與再生產的經濟時代（喻肇青，1990：24），據工商名錄登載的產業型態統計，1945 年至 1965 年間，大稻埕以迪化街一段為核心的空間結構具有專門批發的城市服務功能，呈現「進出口貿易」、「製造業」兩個國家發展定位之產業區位[13]，供應出口工業零件，民生物資及工業原料的進口及批發，那時的零售只是兼做性質的地方服務。

這個時期的大稻埕延續日治時期的產業環境，市街整體區位以進出口貿易為主，產業聚集在南街、中街與民生西路交會的區位，還有南街的四條側巷(14 巷、32 巷、46 巷和 72 巷)。就營業性質而言，中北街和北街只有幾家紡織、化學原料、茶葉、加工食品製造商，紡織工業的原料及製程產業鏈結關係（圖 2-1-1）。

---

[9] 資料來源：民聲日報，1960 年 3 月 17 日，第三版，「糧商扳持與囤積，米價再度上漲糧」、「糧局抑止米價波動，決在中部五城市配售米」。

[10] 資料來源：民聲日報，1962 年 7 月 12 日，第四版，「台北昨商況/食米翻升/砂糖勁瀉/奶粉平靜」。

[11] 資料來源：民聲日報，1963 年 2 月 21 日，第三版，「我國經濟發展途徑，以民生主義為依歸」。

[12] 據 1962 年上半年的統計（實際統計時間為一月至七月），臺灣總出口貿易額有一億三百萬美金，進口貿易達一億五千元美金；美、日主要的出口國家，以及德國、香港，東南亞的越南、泰國等地區都持續增加出口量的貿易互動 （郝惠江，1962）。當年的上半年度出口貿易額有超過三百萬美金是國產電器工業產品外銷績效，包括：電風扇、馬達、電表、燈泡及電線等電器產品及零組件多外銷東南亞及中東地區，顯示當時的貿易產業盛況，特別是電器工業。

[13] 製造業的生產有成衣與加工紡織成品（棉製品、人造纖維布）、瓷器、皮革工亦製成品、漆料成品、印刷工具、建材、成衣服飾、化學藥劑，還有茶葉、加工食品等等。迪化街的店屋是這些製造廠商辦理出口貿易的批發窗口，兼做零售販賣，工廠分布在北投、南港、新莊、中和、永和、五股、蘆洲及三重，桃園與中壢、雲林的虎尾和高雄的鼓山等地，迪化街也就是在這個時期成為專門辦理進出口貿易及民生物資批發與零售市場。出口的產品包括：漆料、手工藝品、皮革製成品、建材、農漁產、中藥成品、茶葉、紡織品及成衣服飾等；進口產品主要是工業機具及零組件，紡織機械、車輛五金、醫療儀器，以及鐵、中西藥、化工、食品原紡織等生產原料，還有乾貨、奶粉及雜糧等民生物資。以上是經《臺灣工商名錄》採集 1953 年至 1964 年期間，迪化街一段（主街）的公司行號登記狀況，所見的主街產業社會狀況。資料來源：更生報臺北分社，1953，《臺灣工商名錄》。

在南街結構出明顯的人文區位，與中街構成南北貨、中藥產業的專業分工區位[14]。這個空間結構與過去大稻埕碼頭的河港地理條件連結。即過去的十字街體現陸路交通地理條件與生產工廠的據點分布的地緣關係，南京西路與鄰近北街的民權路（今民權西路）皆為美援時期的都市道路改造成果[15]，中北街與北街直接經臺北大橋通往三重、新莊及桃園等地的工廠。在1957年1962年的美援熱絡時期，市內的東區交通大幅改善[16]，提升城市的運轉功能。

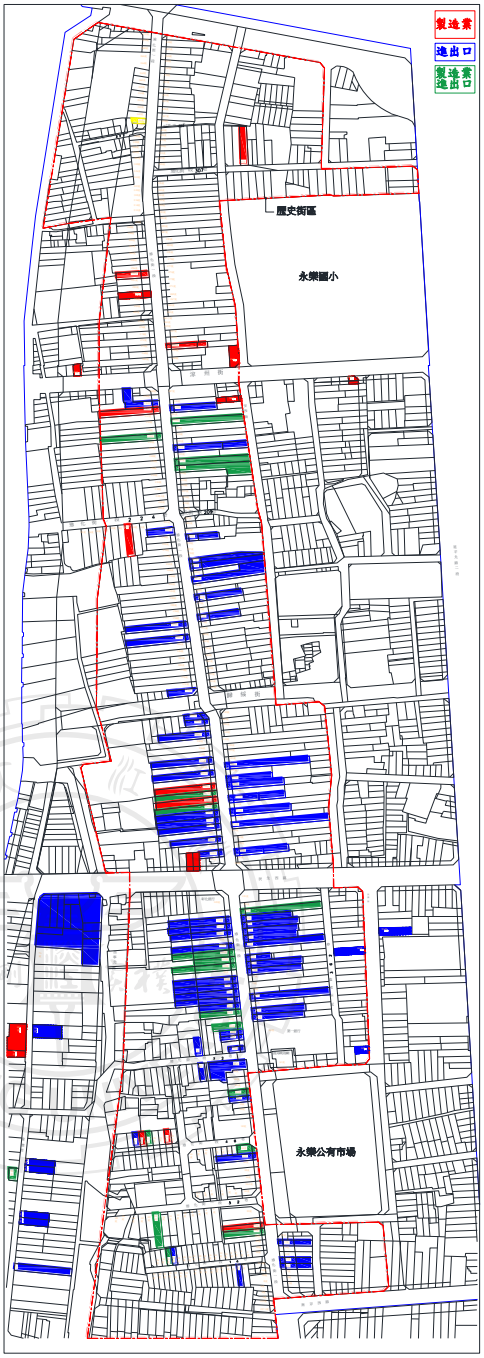


圖 2-1-1：1965 年以前的迪化街空間結構(本研究繪製)

[14] 宋順益表示：「光復後的布疋產業及南北貨集中在南街的城隍廟至民生西路，民生西路以北的中街集中著中藥店。」資料來源：臺北文獻會，1994，〈大稻埕布業座談會紀錄〉《臺北文獻直字》，108 期，頁 8。

[15] 1951 年後的美援時期，南京西路是最早由美資援助拓寬的道路，改善大稻埕聯絡內外動線的便利性。資料來源：喻肇青，1990，《大稻埕特定專用區初步發展構想及都市設計之研究》，中原大學建築研究所都市設計研究室：25。

[16] 1957 年 1962 年經由美援建設的市區三十米幹道，包括：敦化路、南京東路、羅斯福路、新生北路、松江路及民權路，1965 年的重慶北路拓寬等，提升臺北市東區發展的交通條件；其中的民權路與南京東路正是改善大稻埕聯外交通的重要動線。資料來源：喻肇青，1990，《大稻埕特定專用區初步發展構想及都市設計之研究》，中原大學建築研究所都市設計研究室：25。

戰後至 1965 年以前，在國家經濟政策主導下，大稻埕的空間結構可喻為國內貿易產業興盛的社會縮影，在農工轉型的城市中小型企業發展社會，國家主導城市的工業(夏鑄九，1989：42)；此時的社會基礎存在由農轉工的經濟流通(圖 2-1-2)。這個時期的工業原物料的進出口貿易，以及紡織業供應鏈紮根在南街，都是體現臺北轉型城市工業經濟模式，生產性資本強盛的年代。同時，產業的兼做零售[17]功能讓大稻埕繼續做為臺北的消費中心，迪化街的農漁業物產、食品等民生物資的零售店鋪就地緣關係而言，扮演提供市民消費的服務機能，盡量維持「服務地方」商業環境特質，店屋建築群因此展現空間的公共性(publicity)成為地方集體記憶。

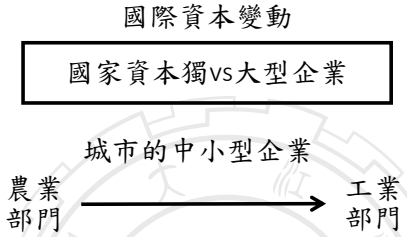


圖 2-1-2：1950 年-1965 年的大稻埕社會基礎(資料來源：改繪自夏鑄九，1989：42)

參、1965 年至 1989 年新興工業城市進程導致市街進入萎縮衰退期

1966 年，臺北市的升格，轉型以生產性資本為主的新興工業城市；至 1968 年時，大稻埕交通網路在美援資助下再度提升，迪化街與忠孝西路（昔稱中正路）間的塔城街開通，北街聯絡三重、新莊的臺北大橋完成重建，1972 年至 1975 年的北門高架橋強化大稻埕與三重、新莊、五股等地的區域連結，1973 年的承德路拓寬，1978 年的環河北路擴寬[18]。

老市街周圍交通量能雖有提升，同時期的東區也有美援道路的開通，取得平衡發展的地理條件，導致西區產業向東移轉。市政中心及西區舊城的產業明顯傾向東移，加上全市人口快速成長，就呈現大稻埕人口相對衰退的景象（夏鑄九，1989：36）。據可明確掌握人口統計數據的 1981 年至 2000 年的大同區人口變化，

[17] 簡鴻春表示：「早期的迪化街各種產業都是批發性質的銷售，南北貨零售商是主要的客群，後來民眾生活消費習慣改變，婦女上街消費已是日常，便衍伸出零售的經營模式」資料來源：臺北文獻會，1994，〈大稻埕南北貨座談會紀錄〉《臺北文獻直字》，110 期，頁 5~頁 6。

[18] 資料來源：喻肇青，1990，《大稻埕特定專用區初步發展構想及都市設計之研究》，中原大學建築研究所都市設計研究室：26。

1981 年至 1989 年被認定在衰退期的前幾年，描述人口確實略有下滑至 1989 年（圖 2-1-3）；再加上那時的大稻埕商業消費不敵西門町中華商場的時尚魅力，在這座新興工業城市中，就此淪為衰退的老市街。

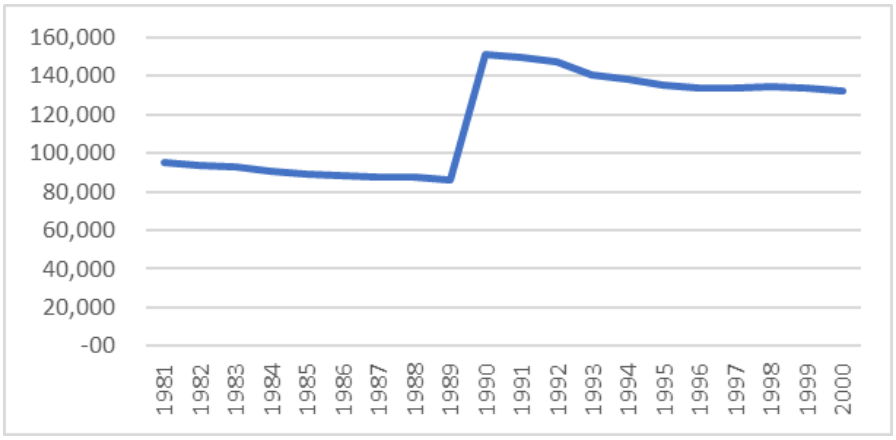


圖 2-1-3：1981 年~2000 年大同區人口變化（資料來源：大同區戶政事務所，本研究彙整）

這個時期的迪化街在新國際分工經濟模式下，市街活動的社會基礎建立在以家族性質的為主中小企業為主（圖 2-1-4），管理階層的自我培養，讓中藥、布業、南北貨產業在傳統貿易專業批發的經濟基礎技訓發展，但仍因都市化進程受到發展的限縮(夏鑄九，1989：42)。

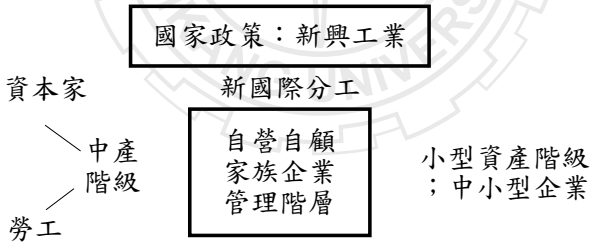


圖 2-1-4：1965 年-1985 年的迪化街社會基礎(資料來源：改繪自夏鑄九，1989：42)

大稻埕的市街衰退正是體現全球化的再都市化（re-urbanization）[19]，城市擴張過程的現象。隨著幾條美援道路向東區開展，產業向東移往南京東路、新生南路及松江路，往南移到羅斯福路，導致大稻埕的產業量能及社會組織外移，顯現空間結構的調整結果—區位萎縮。1971 年，美國對所有進出附加稅口加重課徵 10%，

[19] 城市萎縮（City shrinkage）是全球化的城市發展結果，主要受到產業轉移和都市化的影響。經濟結構的置換導致某些地區活動因此出現產業匯集，也造成另一些區域的產業出現衰退，呈現城市的發展失衡及萎縮。資料來源：Cunningham-Sabot, E., & Fol, S.，2009：17」。

雖未直接影響臺灣茶葉外銷美國[20]，卻導致日、英、法及香港等以美元匯率交易的國家地區無意願進口，導致臺茶滯銷；國內成衣市場崛起，傳統布業榮景不再[21]。再加上其他出口產品的加重課稅，自然使得國內經濟再一次引起波動。但面對石油危機，國家仍試圖穩定物價，追求經濟成長[22]。

以進出口與製造業來看，1965 年至 1980 年間的迪化街空間結構出現明顯的緊縮（圖 2-1-5），顯示美國的加重課稅影響也反映在迪化街產業的區位萎縮，改變其專門化批發產業的社會結構，出現批發專業分化，商家調整營業模式，提高零售服務的比例（圖 2-1-6）；直到 1984 年，市街登記店家數持續減少，空間結構呈現專業分化後的破碎狀態，即所謂的去專門化(Despecialize)。

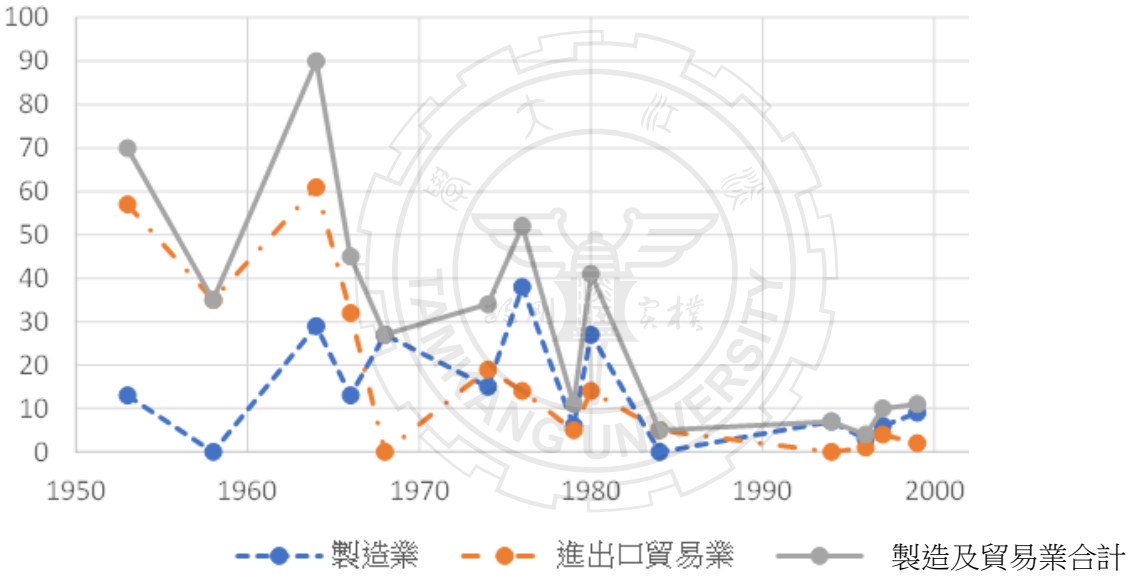


圖 2-1-5：1950 年至 1999 年的迪化街製造與貿易產業店家登記數變化(本研究統計繪製)

[20] 資料來源：民聲日報，1971 年 9 月 7 日，第六版，「美新經濟政策影響臺茶外銷，銷區及其他區多持觀望」。

[21] 宋順益表示：「**成衣工業於民國 50 年代開始興起，一直到 60 年代都是成衣產業景氣最熱絡的時期，再加上國外的成衣大量輸入，我國的傳統布業受到的衝擊相當大。**」資料來源：臺北文獻會，1994，〈大稻埕布業座談會紀錄〉《臺北文獻直字》，108 期，頁 8：。

[22] 時任經濟部長孫運璿指出：「**物價穩定中，求經濟成長」是這個時期的基本經濟政策，面對國際石油危機，一方面響應節約能源，一方面則力求生產原料，並以國內紮實的工業技術產出重要的，具指標性的生產器材，有效投資在必要的關鍵工業，提高出口競爭力，繼續突破對外貿易成長；對內則是積極抑制通膨，檢討個體企業與整體工業結構改善的策略。**」資料來源：民聲日報，1973 年 12 月 28 日，第三版，「孫運璿籲支持政府經濟政策使我經濟成長繼續進步繁榮」。



圖 2-1-6：1965 年-1989 年的迪化街空間結構

(本研究繪製)

肆、1989 年至 1999 年資本主義導入新自由市場：旅遊化的再投資環境

一、去專門化的市街空間結構

1981 年以後，全球化經濟體制的調整，資本主義成為國內經濟骨幹，一改以往國家主導經濟的角色。1989 年時，據當時的調查顯示主街的店屋純粹住宅使用情形很少，有 226 棟店屋維持商業使用。其中屋主(地主、所有權人)自營店鋪有 129 間(57%)多於承租使用的 97 間(43%，表 2-1-2)；前者以北街的屋主自營使用 46 間(20.41%)較高，其次是中北街的 29 間(12.8%)；後者以中北街的承租店家使用方式較多，有 31 間(13.7%)，再來是南街的 25 間(11.1%)。從調查顯示大稻埕歷史街區進入空間清理前，北街的店屋使用率高過南街。不過，中北街與北街的店屋損壞情形較南街嚴重，所以進入市街空間清理(店屋修建期)之前，中北街以北呈現明顯的頹廢閒置狀態(夏鑄九，1989：97)。

表 2-1-2：1989 年大稻埕迪化街的店屋使用情形　單位：間(%)

路段 / 使用	南街	中街	中北街	北街	合計
屋主自營	27(11.9%)	27(11.9%)	29(12.8%)	46(20.4%)	129(57,0%)
店主承租	25(11.1%)	18(8.0%)	31(13.7%)	23(10.2%)	97(43.0%)
小計：	52(23.0%)	45(19.9%)	60(26.5%)	69(30.6%)	226(100%)

備註：本表改自夏鑄九前引報告，1989：97。

1990 年以後，電器及工業零組件等製造業的移轉境外生產。1992 年開放臺商西進中國大陸，低成本及高密度勞動力，國內產業外移，尤其紡織產業的移轉更是顯著，造成臺灣的生產性資本移轉大陸，迪化街的紡織產業就此沒落。低價工資與臺灣技術移轉導致南街的紡織產業的原料、半成品的供應鏈解構，是國家政策改變的結果。1980 年代曾經參與市街經濟活動的李先生[23]：「**石油危機的影響國內經濟其實才一兩年，真正影響紡織業的是大陸開放臺灣到大陸設廠，然後迪化街包括：南北貨在那個時候近來很多不合格的商品。迪化街的店家將從大陸進來的南北貨跟臺灣的貨品參雜混合成販售的商品，導致品質下降。紡織業來講更是糟糕，兩岸開放前，編織一塊布的成本要 50 塊，開放後，從大陸製一塊布 50 塊回來裡裡面已經含成本和很高利潤。所以很多的紡織工廠都移到大陸，老闆過去大陸之後，對臺灣的公司經營心力減少，傾重大陸工廠的開發，尤其是牛仔布的工廠。今天大陸的紡織業會有這樣的成績，都是開放初期臺灣廠商過去的貢獻。以前我們在大陸的時候，只要聽到是臺灣來的貨品，品質都是受到肯定。但是現在大陸已經不稀罕臺灣的貨品，因為核心的技術他們都學會了。有朋友原來在迪化街 239 巷（那時候算是地王），民國 70 幾年去大陸發展者，常會先把妻小送到加拿大，臺灣這邊結束營業，公司資產（店鋪）賣掉或是出租，自己隻身到大陸。臺灣變賣的資產到大陸可以運用的範圍很廣。大陸低工資是臺商過去的主因。後來承租店面做生意的，有生產鈕扣、拉鍊的（YKK 也是迪化街出來的），不久發現生意沒有想像的理想。公司一直外移，再加上兩岸開放親屬可以過去大陸，應**

[23] 李先生，1956 年生，民國 1983 年至 1988 年期間任職於南京西路 254 號的新奇公司，擔任資深業務，從事紡織原物料推銷及研發。受筆者訪談時間：2022 年 8 月 6 日

該就是大稻埕沒落的原因。」

此外，市街的南北貨也因長年的走私，店家出現商品摻拌著私貨，質量不均，嚴重影響專門化時期的批發經濟模式。街區主體蔡嘉振提到：「**中國大陸南北貨成本低，利潤優厚，在利益的誘惑下，走私非常盛行。據我所知，本區許多南北貨都有走私進口貨物，近年亦是如此。**」[24]

直到 20 世紀末期，迪化街登記在案的公司行號數量銳減。新興工業廠商陸續遷出，留下茶葉、中藥、南北貨及布料的零售產業社會結構，接近日治時期的產業狀態，就因為這樣的歷史連結，幾項產業被視為地方的傳統產業；事實上，當時還存有零星的工業材料販賣，與技術鐵工等店鋪，主街呈現產業零散的市街景貌，進入衰退時期。受訪者李先生：「**北段大橋頭的店家以做半成品為主，編製布料（平織和針織兩種），廠商的工廠多在桃園、土城；南街是原料和副料線、扣子、珠珠亮片、拉鍊。**」那時都市計畫擬擴寬主街的與否遲遲未能定案的影響，又導致一波店家的撤離潮。

健立食品行負責人曹哲璋：「**迪化街的人口有 8 成到 9 成是 1981 年才進駐的外地人，就有居民大多搬離，留下的店面則租給新搬進來的中藥商。這些後來進駐的新住民，當對於地歷史文化、建築風貌幾乎不瞭解，也不像在地人有深厚情感。因此大多希望能夠拆除重建，再加上許多建築陸續動工的影響，許多商家被迫搬遷至各處，連帶原有顧客也紛紛流失，而完工後商家還願不願意回來，依然是未知數。**」（謝孟儒訪談，2009：61）[25]迪化街的紡織布料、貿易公司行號，普遍轉向落點周圍在美援時代興建的南京西路、環河北路、塔城街、重慶北路等交通要道。

二、旅遊化之再投資環境

1988 年的「我愛迪化街」運動解除主街拓寬危機，並且擬定發展觀光的構想，但是店家回流量有限，1989 年至 1999 年的南街、中街及北街復出幾家紡織布料、

[24] 資料來源：臺北文獻會，1994，〈大稻埕南北貨座談會紀錄〉，《臺北文獻直字》，110 期，頁 9。
[25] 資料來源：謝孟儒，2009，〈迪化街再興，可能嗎？〉，《本教育札記》，238 卷：60。

加工食品，新興工業時期的電腦設備製造業以及進出口貿易商，而且以屋主恢復自用商營為主（圖 2-1-7）。相較都市化快速發展的東區，城西的市街顯現相當程度的物質環境頹廢。現在迪化街商店住民進駐於 1981 年代之說，筆者認為這是在當時產業社會結構的萎縮，物質空間使用率驟降的情形之下，道路確定不拓寬之後，出現的短暫店家進駐潮。當時的權利關係人之一的周德貴也說：「**這幾年來，造成人心惶惶就是因為遲遲無法為迪化街做個明確的決定。希望依居民意願促成整體合建有大稻埕特色的建築物和街道，分區分區來建設。避免已經好不容易匯集在一起的市場分散掉。**[26]」

倘若不考慮未登記在案者，20 世紀末的迪化街產業社會結構確實呈現市街衰退的景象，但也因此空出新自由市場的區位，等待市政府都市計畫政策的實質空間鋪陳，迎接旅遊觀光的消費服務產業導入市街，這個準備也初步回應夏鑄九預告的城市仕紳化即將到來[27]。

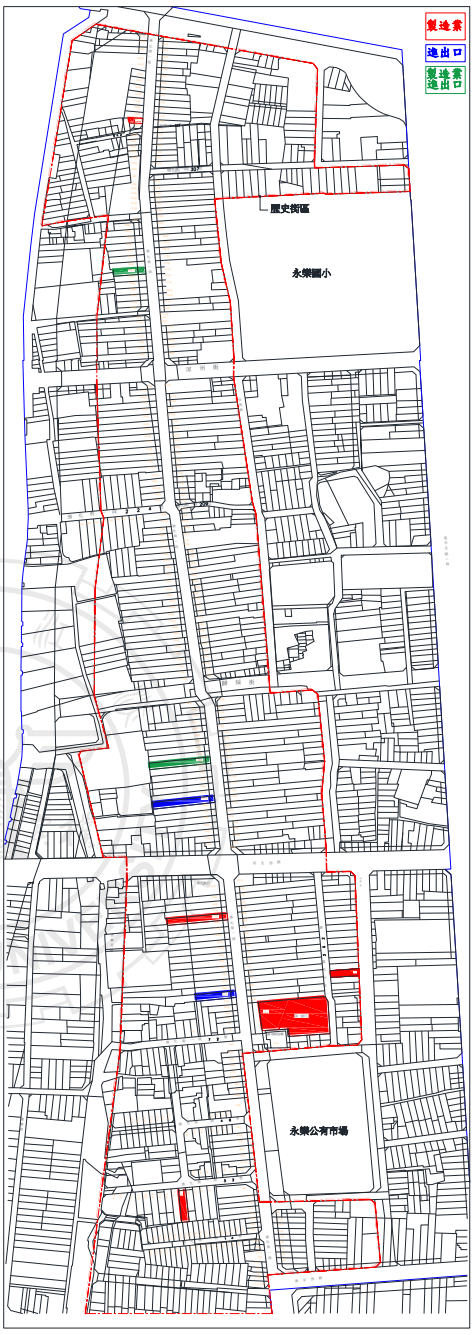


圖 2-1-7：1989 年-1999 年迪化街空間結構(本研究繪製)

[26] 資料來源：喻肇青，1990，《大稻埕特定專用區初步發展構想及都市設計之研究》，中原大學建築研究所都市設計研究室：159—附錄四：臺北市議會舉辦「迪化街都市計畫問題」聽證會紀錄。

[27] 城區或市中心的土地利用貶值是城市仕紳化的前兆，撤資和高密的閒置，還有國家權力介入的再投資是舊城區仕紳化進程的共同發展因素（JULIET，1995：300）。

第二節　市街店屋的社會日常與市政府政策之空間實務

壹、市街之社會日常

城市的大小區分在於機能運作面向的延展，亦即其服務層級的複雜程度。日治時期的大稻埕作為淡水港的口岸，成為臺北與海外物資進出的據點，不論是本島茶、糖、樟腦物資的集中輸出，或是從海外輸入的海產、南北貨，再批發予各地零售商[28]，都能體現大稻埕的服務功能連結水陸交通的自然地理特徵。戰後國家資本主導的工業社會，製造業與進出口貿易業在國家經濟發展定位的支撐下，展現大稻埕在臺北地區的服務層級。

1970 年以後的國民生活模式改變，婦女出門採購習慣逐漸盛行，市街的南北貨部分店家轉為經營零售，因應環境的改變，但其專門化的批發產業模式依舊服務著大臺北地區。1980 年之後，專門批發的城市服務功能持續運作，零售性的「地方服務」更是顯著，來到市街盤貨的零售商和個體採購的民眾經常熱絡整個街道，那個家家都有生意做的熱鬧市街，店家時常互相調貨，鮮少有商家的紛爭（夏鑄九，1989：58）。

貳、街區之地方服務及店屋空間原型

專門批發產業時期，迪化街店屋做為產業物資供應的中繼點，從各地的工廠匯集產品，或是經出口外銷，或是提供下游廠商批貨；貿易商進口產品也是在此銷售批發給後端盤商。這樣的貨物供應模式，以及同質性產業同行(中藥及南北貨)之間的互相調貨，布業間的社會連結則是原物料供應鏈結的關係，這些社會基礎都是市街商業經濟活動的地方服務，一種互助與利益共享的鄰里關係（圖 2-2-1 至圖 2-2-3）。

[28] 資料來源：臺北文獻會，1994，〈大稻埕南北貨座談會紀錄〉，《臺北文獻直字》，110 期，頁 6。

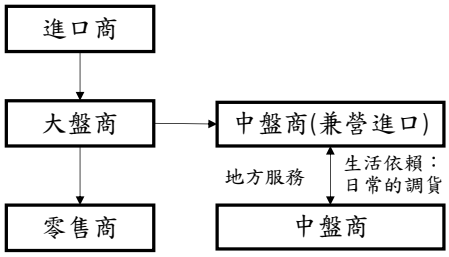


圖 2-2-1：傳統中藥業經濟活動與社會基礎(資料來源：改繪自夏鑄九，1989：58)

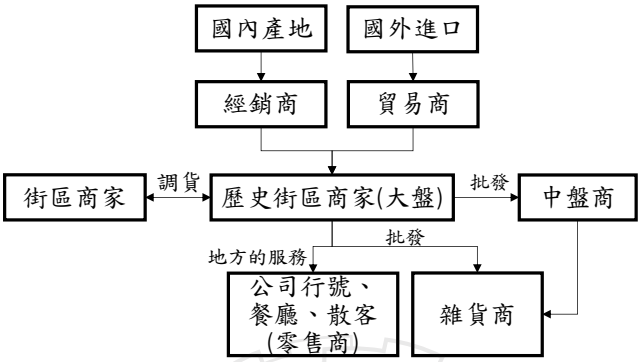


圖 2-2-2：傳統南北貨業經濟活動與社會基礎(資料來源：改繪自夏鑄九，1989：62)

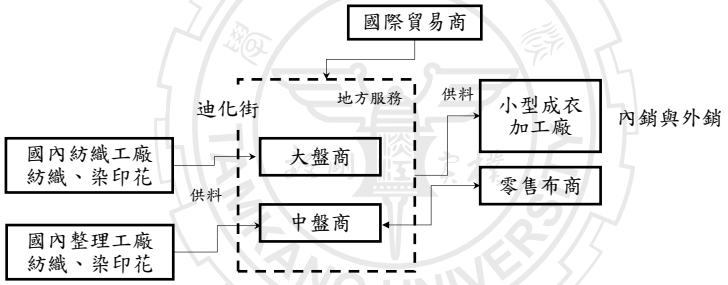


圖 2-2-3：傳統布業經濟活動與社會基礎(資料來源：改繪自夏鑄九，1989：52)

店屋「店+住+工作」機能的空間原型，緊鄰在第一進店鋪後的是二進的客廳、神明廳及居住，再來是三進後的工作區等生活場域（夏鑄九，1989：106-107）；經商日常與住民工作生活是地方經驗形成的集體記憶。在地方記憶中，專門批發店鋪是貨物買賣場所，一般民眾無法入內，昔稱「亭仔腳」的騎樓是店鋪的空間延伸做為盤貨交易的場所，服務來自各地的中小盤商（李東明，2019：57）；市街發展市集延伸的零售商店與雜貨店的買賣行為空間界線清楚，消費者不容易進入店內購物，必須在店面點貨付錢完成交易（李東明，2022）[29]，第一進店鋪以後的空間，基本上保有一定的隱私性。

[29] 資料來源：摘錄自李東明 2022.3.24 接受廣播節目「聽見臺北的聲音—臺北進行式」專訪主題：「從迪化街街屋建築看見百年時光軌跡」37 分 44 秒至 38 分 45 秒內容。

在當地店家的記憶中，過去的迪化街商景興盛，要勝過今日觀光客穿梭市街，做為市民休閒娛樂的商店街。受訪對象指出產業物資大量批發及外銷的歷史榮景，才是真正「熱鬧」的大稻埕迪化街。受訪者李先生說：「**民國 70 至 80 年代，街上有個現象，不管是銀行業務，還是南北貨，或是像侯兩利賣雜貨的，都不是等著生意上門，他們都會出來街上沿路叫賣。以前腳踏車很多，一家公司有三、四臺腳踏車很正常，昔日住在迪化街一段 67 號的侯兩利，即便已是新復興布業負責人，還是經常踩著腳踏車，載著輪胎沿路詢問店家有無需要更換輪胎。銀行業務行員也不是整天坐櫃臺，他們早上 9 點上班就騎腳踏車，挨家挨戶（店家）問有沒有票（支票）或錢要存的，就幫你寫單，把支票或是現金拿去存，一種到府服務的概念。靠近南京西路的路頭（南街），那裏只要是紡織產業相關的公司，賣原料，做半成品的，編製紡織的，都會店面停一臺進口車（賓士）**[30]**，這是一種公司門面的象徵，客戶上門看到店面停著進口車，就會知道公司財務狀況。南北貨就沒有辦法，因為是零售業，店面就是要做生意。賣紡織原料或半成品就不需要店面，業務都外出拉單。另外，也是因為迪化街那時候沒有停車空間，所以車子都停在店面很正常。後來，民國 70 幾年的時候，蓋那一棟五、六層的大樓（指永樂市場），地下室才有停車空間，樓上賣小吃，類似現在的美食街。另外一個現象，中午 12 點到下午 3 點這段時間，在公司通常找不到老闆。如果這個時間在公司可以看到老闆，表示他正在處理 3 點半的財務調度，是一種公司財務有狀況的意思。所以老闆們在這個時間都會外出，這個活動形態在附近延伸出很多咖啡廳，像在延平北路、南京西路，靠近法主宮附近巷子都是咖啡廳，南施（Nacy）咖啡廳，西海岸咖啡廳。然後 3 點半時間一過，老闆們就開始約喝酒，這個時候就是要收款了。以前南京西路有一間酒樓白玉樓，都是三點半以後，老闆們喝酒談生意的地方，三四點第一攤。七點第二攤，九點第三攤，是那個時候的迪化街生意的型態。騎樓有些會擺一些商品，南北貨的為主，但是這樣的店家不多，大部分商品都在店**

[30] 不只有紡織業，以元本山海苔著名的聯華食品，公司總部仍設在迪化街一段，第一進的店面經常停著賓士車。資料來源：吳琬瑜，1996，〈迪化街孕育臺灣大商人〉，《天下雜誌》，第 179 期：174。

鋪裡面。騎樓以前都是停機車。還有，街上那間郵局是天天排隊，我們公司小妹通常中午前就出門去郵局，都要到下午才回到公司；郵局旁邊的光泉賣早餐也是天天排隊，熱牛奶和麵包、三明治都很熱賣。」

參、市街之公共性空間：街道與流動攤販

攤販是市街另一個生活構成元素，常民的飲食生活尤其重要。現在永樂市場東側的民樂街，市場的南北側還能見到幾攤傳統小吃以及青草茶、麥芽糖傳統飲食的流動攤車。1992 年前後的主街都還能擺攤做生意(徐裕健，1992：104、112)，民樂街的正發青草茶老闆(2021.01.14)接受訪談時，提到：「**攤車過去在主街的穿梭營業日子不再，我們現在幾乎不會再過去那裏。然後市場裡面已經不是賣菜，都是吃的，日本料理聽說很貴。**」受訪者李先生：「**印象中城隍廟旁邊那幾家小吃店都是名店，有賣杏仁的，印信最深的是一攤賣虱目魚米粉。以前在那裏上班，那間虱目魚米粉天天大排長龍，要吃到很不容易。以前的生活習慣，早上店面八、九點開門，很多年輕人都會聚集街上吃早餐。這些年輕人都是業務員，光泉的熱牛奶和三明治也很受歡迎。然後有一個熱鬧的景象，紡織產業的上午和下午時段作息不一樣，許多半成品製造商的年輕業務總是在下午時段，帶商品排隊拜訪客戶。以前公司在南京西路 254 號，旁邊一間麵店就是業務員的下午茶熱點，麵攤老闆就是旁邊中聯貨運公司的地主，也不是在地人。**」

不論是物資批發建構的民生物資產業供應結構，或是提供零售物資給予小資本商家，又或者供應日常飲食給市街參與發展的人們，這一切的日常體現的就是地方的服務，也是 2000 年之前的市街扮演的城市空間角色。

肆、市政府都市計畫政策之空間實務

一、都市設計準則護育的市街歷史風貌

都市設計準則是城市意象塑造的基礎，也是經國家政策的空間治理術之一(林文一、張家瑞，2021：314) [31]，目的在營造風貌，改善環境並提升公共空間品質。準則的實踐是經由公部門（決策方）、私部門（執行方）及市民（使用方）的互動結果（賀士麃，2005：41）。「臺北市大同區大稻埕歷史風貌特定專用區」的都市設計準則草擬於 1990 年由臺大城鄉所及中原建築所提出，包括：公共開放空間系統、建築配置管制、建築物量體控制及立面管制與設計原則等四個導向性原則（中原大學建築研究所，1990：105-116）。「公共開放空間」指店屋設置騎樓、廣場及無遮簷人行道和公共通道。「建築配置管制」用意在店屋建築保存的分級與維護落實（全棟/第一進與天井/騎樓/鄰街立面），還有做為合建基地與法定空地和地下停車規劃依據。「建築量體控制」是要維持市街空間尺度，確保街道視域不被突兀的建築量體破壞。「立面管制與設計原則」重點是傳統建築的修復方法及廣告設施物的視覺平衡。整體設計管制的本意是讓市民在正確且清晰的視域，觀賞市街店屋不同的歷史痕跡；只是，不見維持原有商家住民生活日常的提議。

「臺北市大同區大稻埕歷史風貌特定專用區」計畫即以此前提擬定都市設計準則，確保維持市街，特別是主街(迪化街一段)兩側店屋的建築立面，建築量體與都市空間尺度，室內空間型態等三個歷史風貌的保存面向。

大稻埕專用區細部計畫自 2000 年 1 月 27 日公布後，其「大稻埕歷史風貌特定專用區容積移轉作業要點」分別在 2003 年、2007 年、2009 年有過三次修訂；一次「大稻埕歷史風貌特定專用區都市設計管制要點」的修訂。細部計畫緣起提到：「**為完整延續自清代遺留之建築物、強化街區特有之空間型態、韻律，以保存歷史街道之傳統風貌及引導本計畫地區再發展，並顧及土地所有權人之權益，有效促進迪化街區更新，...**。」指出計畫歷史風貌保存及產業護育的三個目標：

[31] 都市設計、文化保存及歷史建築調查、容積移轉等，皆為體制化的空間治理政策(資料來源：林文一、張家瑞，2021：314)。

（一）維繫都市紋理及歷史氛圍與集體記憶，保存地方文化資源，強化歷史街區風貌及自明性的塑造。

（二）活絡地方產業使用與機能活化，均衡街區各角落的發展，經創新結盟的合作模式帶動地方產業發展競爭力。

（三）營造具地方特色的開放空間及街區景觀，在兼顧街區歷史風貌保存，提升環境的公共安全，並健全公共空間的服務機能。

二、土地利用的空間實務—以旅遊化為前提的實質空間

上述歷次作業要點修訂皆為確保街區建築保存及修復可延續歷史風貌。容積移轉作業要點的修正聚焦土地使用分區的建築強度限制，調整專用區範圍內的發展權，以達權利關係利益的公平性原則[32]。

專用區內的文化資產是城市文化觀光行銷的空間商品化對象（圖 2-2-4），特別是歷史街區內的迪化街一段兩側店屋是以旅遊化前提，國家政策空間實務落實的實質空間。歷史街區內的土地使用分區以延續歷史產業及提供街區活化創意產業經驗的空間條件，以統一的營業項目規範，實踐國家構想大稻埕連結城市現代生活場域，以人文區位空間呈現「旅遊化」文化觀光資源（店家產業經濟活動特性）構成的實際商業活動空間。

[32] 針對街區內歷史性建物、歷史建築等文化資產建築風貌保存，由「臺北市都市設計及土地使用開發許可審議委員會」審議程序控管專用區風貌維持。另外，為兼顧歷史街區以外，且和大稻埕有歷史連結的街區之歷史建築、歷史性建築及非歷史性建物重建的都市設計、容積移轉和建築保存等作為，皆按照專用區內的相關規範辦理。

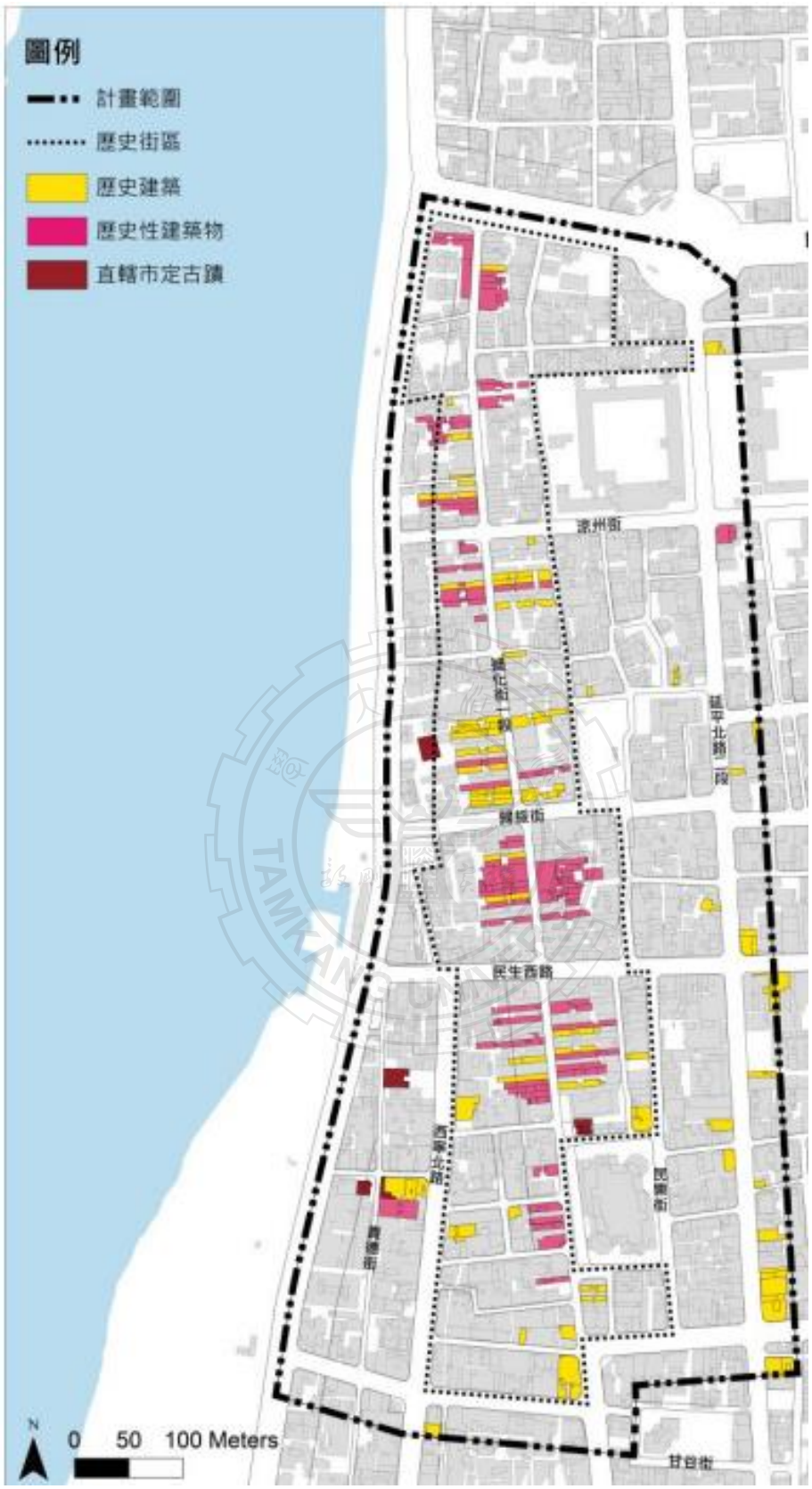


圖 2-2-4：專用區與歷史街區的文化資產建築分布(資料來源：臺北市政府，2018.12.18，〈修訂臺北市大同區大稻埕歷史風貌特定專用區細部計畫案〉《臺北市都市計畫書》：14。)

第三節　小結：國家政策建構之專門化產業空間結構

1945 年至 1999 年的大稻埕空間結構狀態以 1980 年為分界，往前看到製造業與貿易業區位穩定的空間結構是國家政策主導的結果。1980 年以後，是政府的都市計畫政策引起城市發展權與文化保存權的對話，開放產業西進大陸的政策導向市街傳統產業空間專業分工的片段化(Fragmentation)，空出城市發展旅遊觀光的新自由市場，同樣是國家政策的實踐結果預告旅遊化將對大稻埕的空間結構有所調整，初步歸結專用區劃定前，大稻埕迪化街的空間特徵有三：

壹、生產性資本主義結構的人文區位空間

1980 年以前的迪化街空間結構體現臺灣經濟體制，象徵生產性資本主義社會的縮影，主街南、北的區位連結周圍城鄉市鎮的交通條件，多為需要聯繫供應端工廠的製造業落點；中間路段區位群聚貿易業；兩種營業類別皆以迪化街做為自家產品外銷海外的貿易窗口，即是街區內的店家常有遷入移出，但製造業與進出口貿易業兩個區位的併存，基本上代表國家政策導向的人文區位空間結構穩定。

貳、專門化產業空間結構的「片段化」

都市計畫介入拓寬迪化街，引起本土意識帶動城市抗爭，以文化保存為訴求，主張保留店屋轉向發展城市文化經濟。在學術專業導入及市府介入建構的都市再生基地運作下，市街獲得保存，且走向國際觀光商店老街。不過，對照同時期市街落點店家的驟減情勢來看，街內顯現破碎的產業空間結構狀態，亦即「片段化」(Fragmentation)，其因在於地方對市政府都市政策的不信任，最後空出具有再投資意義及零售特性的空間區位，預留大稻埕的下階段城市進程—旅遊化(Tourism)。

參、大稻埕的空間結構運作核心在於地方的服務功能

市街的店屋向來便具有一定的公共性，他的衰弱是因為失去城市服務的公眾功能，去專門化後的大稻埕留下傳統零售產業，飲食、宗教信仰，以及文化品味的空間美學支持地方朝向旅遊化發展。旅遊化的空間結構調整應該也是決定在社會組織的相互作用下，地方服務面向的調整，傳統產業經濟活動的發展如何接上觀光產業的經濟活動，值得持續關注。

第三章　旅遊化後的空間再結構：觀光區位擴張與空間位移

【政策構想的城市現代化生活場域：大稻埕旅遊地之品牌化】

日治時期的大稻埕是北臺灣產業文化重鎮，茶葉、南北貨、中藥及布疋為四大歷史產業[1]。戰後至 1965 年間，迪化街的「製造業」及「進出口貿易業」兩個政策型區位是傳統產業專業分化的空間主體，南街為中藥專業街，側巷的布疋街是紡織業物料及製程的供需鏈結的產業區位；中街為中藥及南北貨的專業街，北街的專業分工是布疋及南北貨街(蘇青嵐口述，1994：3)。1965 年至 1989 年，迪化街擴寬政策導致店家流失，老市街因傳統產業「去專門化」(despecialize)而顯衰退。

細部計畫的「政策空間」(policy space)預設文化包裝旅遊的實質空間[2]，市政府的都市計畫政策構想的城市生活空間(lived space) 為文化教育、休閒生活的旅遊地，符合市民公共生活的社會公共利益；亦即，大稻埕的觀光經濟效益應該要能夠從街區外溢。迪化街店屋修復的起步階段，容積移轉政策保留文化資產建築[3]，但出現捐贈或銷售店屋情形，街區主體(屋主與店主)的社會關係亦有變化，街區閒置的店屋群出現以文化品味消費服務為前提的「再投資」(Reinvestment)新自由市場。2010 年以後，國家及地方政府的上位政策介入街區的旅遊化(Tourism)，提升空間的公共性及公共利益層次，大稻埕成為臺北市國際化旅遊的行銷重點區域，2017 年大稻埕獲選臺北市最受國際旅客喜歡到訪景點的第 3 名(伍芬婕撰文報導，2018)，其旅遊品牌已有相當形象建立。2019 年的 COVID-19 疫情影響臺灣整體生活運作，2021 年 5 月至 7 月的第三級警戒期間，街區活動幾乎停滯，8 月警戒解除，多間餐飲店結束營業，兩家中藥老店鋪有一家遷離主街，一家關門停業。

---

[1] 依據夏鑄九 1989 年的田野紀錄定義四大歷史產業，前述細部計畫定義的大稻埕傳統產業有：布業、中藥業、南北貨業、茶葉、米穀業、青草店及農藝品（資料來源：臺北市政府，2000.01.27，〈臺北市大同區大稻埕歷史風貌特定專用區細部計畫案〉《臺北市都市計畫書》：13）。

[2] 專用區的規劃目的在保存歷史街區（前引細部計畫，2000：4）維護具有歷史意義的都市地景，打造無可取代的獨特城市風格，做為全球化城市觀光產業的競爭基礎。城市意象的塑造有兩個內外面向：對內，他經由歷史傳述獲得市民認同；對外，則是品牌化的城市地景（Klingmann，2007；康旻杰，2012：233）。

[3] 本研究暫未從容積移轉政策後的都市設計面向，探討市街風貌的保存議題。

Smith (1986)表示國家政策與資本主義支配下的全球化城市進程，仕紳化(Gentrification)已是實質空間結構調整過程，常見的空間改造動能；這股城市進程的推力作用在物質環境的優化，同時讓社會群體做出生活日常的調適。Fenne M. Pinkster 認為旅遊化調整城市的空間結構，相較文化遺產及建築美學等文化品味消費議題[4]，亦應關注遊客在旅遊地的「地方身份」消費，認為文化行銷提供的各種感官消費服務成為政府構想城市生活空間的專業技術之一(Fenne M. Pinkster、Willem R Boterman，2017：458)。

Fenne M. Pinkster 所言的表演式消費體驗即觀光經濟活動。旅遊化後，傳統經濟活動結合文化觀光經濟活動，成為街區觀光的產業生產模式，並且影響大稻埕旅遊地的空間生產結果。這個改變與街區活化預設的理念距離(維持商家、住民生活)，以及外顯的空間現象是本章主要討論的課題。

第一節　2000 年至 2010 年店屋修建時期的專門化市街復甦

壹、市街風貌保存及傳統產業護育政策的實質空間

實踐市政府政策對大稻埕城市發展的構想是專用區細部計畫的總體目標，這個目標的實踐是有階段性。初期以市街風貌保存及傳統產業[5]護育為計畫重點；前者指的是店屋建築空間與容積移轉政策關係較為密切，本研究探討的焦點是關於空間傳統產業的護育與空間的經濟活動和社會作用。

細部計畫的土地使用分區及建築物使用項目，是確保傳統產業復甦的「政策空間」(policy space)，屬於建築規劃設計專業技術的空間實務實踐，架構出來的實質空間（real space）。專用區土地利用以商業、住宅兩個分區為前提(圖 3-1-1)，規劃：特定商業區(特一)、一般商業區(特二)、特定住宅區(特三)及河濱住宅區(特四)

[4] 歷史文化品味及建築空間美學形成產業競爭區位，駐店者透過室內陳設材質、色彩計畫體現對消費者品味要求的掌握（Zukin Sharon，Philip Kasinitz，Xiangming Chen，2015）。更理想的狀態是活化老舊建築與街道景觀，傳達在地建築美學及文化品味，讓建築文化跳脫傳統社區營造及地方再生的物質化框架，導向文化品味消費與地方溝通的主體價值（殷寶寧，2018：51）。

[5] 大稻埕的傳統產業的生產機能多已不再保留於店屋現場，本應不適合稱之產業，當進入觀光發展階段，或許只能稱之為保有傳統的歷史業種，業種的集中是一種專門的業態。但本研究基於政策稱謂的統一，暫時保留傳統產業的稱法。

等四個分區，研究範圍(歷史街區)內的土地使用分區為特(一)及特(三)。

還有一個關於市街人文風貌的店屋的空間使用型態，對於 1989 年夏鑄九所見的主街少有純住宅使用，2003 年李東明的調查結果[6]，主街的 372 個門牌，有 52 間(13.9%)為純住宅使用，其中 21 間(5.6%)位在北街。顯示 2000 年的歷史街區復甦，南街恢復的是商業生態，北街則是恢復住宅機能，這應該是十字街消費人潮匯集的條件影響導致。

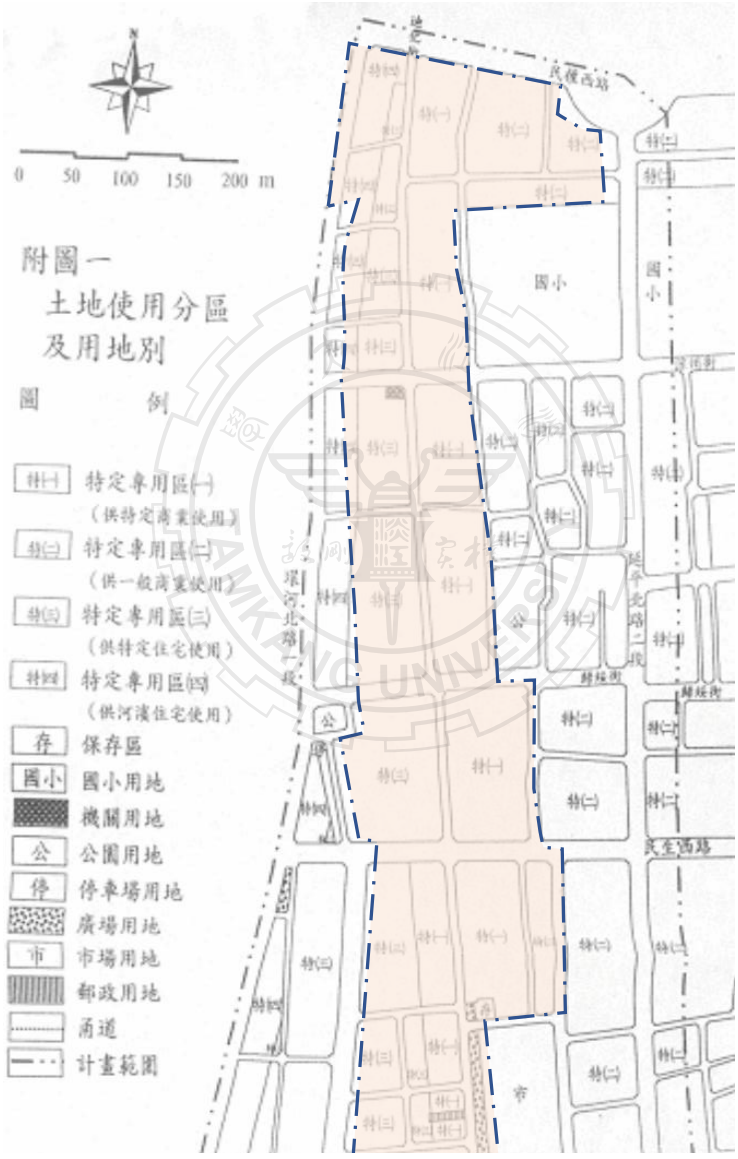


圖 3-1-1：2000 年的專用區土地使用分區(資料來源：臺北市政府，2000，「擬訂臺北市大同區大稻埕歷史風貌特定專用區細部計畫案」，頁 55)

[6] 資料來源：李東明，2003，《臺灣傳統街屋建築空間形式與再利用之研究》，內政部建研所：191-199。

市政府都市計畫政策的空間實務在街區鋪陳以公共利益為前提的公眾服務機能，迎合市民現代生活的公共空間(Public Space)，包括：城隍廟前的「廣 2」(街區內)及永樂市場西側的「廣 3」(街區外) 兩處廣場；迪化街一段 260 號與涼州街 114 號的警消機關設為博物館展覽使用，預留扮演文化的嵌入(embed) 街區活化的空間角色，筆者認為他的功能是讓傳統產業經濟活動接上文化品味消費意識的觀光經濟活動。南街的郵局亦是觀光服務的基礎設施，同樣具有文化觀光產業嵌入街區的空間鑲嵌角色，傳遞明信片是文化性質的社交方式，也是旅遊地形象傳播媒介。

土地使用分區是旅遊政策的空間實務導出的實質空間（real space），2000 年的細部計畫明確表示維護布業、中藥業、南北貨業、茶葉、米穀業、青草店、農藝品等地方傳統產業的護育政策[7]。在空間實務的規劃下，中藥、茶葉及布疋業所屬的「一般零售業甲組」[8]，木器、籐器、手工藝品、佛具香燭用品的「一般零售業乙組」，疋頭、服務品、日用飲食品、化學原料的「一般批發業」等，都是基於延續傳統歷史產業，使得住民店家的生活日常可以持續的立場。

飲食業、餐飲業、日常服務業、一般服務業(室內設計裝修)、一般事務所(建築營造公司及不動產經紀、土木包工業)、自由職業事務所(建築師、文化藝術工作室)，還有一般旅館業及國際觀光業，則是實踐國家城市生活構想的文化觀光產業資源。另一個空間實務特點是空間的「垂直化」，指的是建築使用項目的樓層限制，特(一)專用區的一般零售、飲食、餐飲、日常用品零售等業種，允許設置在地面層以上空間；特(三)專用區限制前述業種在 1 至 3 樓空間，特(四)專用區限制在 1 至 2 樓空間；安西街與民樂街以東的街區以外是特(二)專用區，營業項目沒有樓層限制；提供觀光旅宿服務的「一般旅館業」在四個分區都沒有樓層限制。

容積移轉政策及建築修復專業技術導入頹廢店屋的修復，2000 年的街區有 77

[7] 資料來源：臺北市政府，2000.01.27，〈臺北市大同區大稻埕歷史風貌特定專用區細部計畫案〉《臺北市都市計畫書》：13。
[8] 資料來源：臺北市政府，前引計畫書：18-19。

棟歷史性建築物，其中 17 棟店屋結構嚴重損壞[9]，店屋修復後的空間美學是構築城市文化生活的空間基礎，地方組織自辦的文化導覽是街區主體的社會作用體現街區活化理念的作為。

貳、店屋的活化意義：傳統產業分工及地方集體記憶的再現

2000 年的歷史街區恢復的 58 間店鋪有 126 項營業項目連結觀光服務(表 3-1-1)，依據經濟活動的性質分為：傳統產業的專業服務，觀光產業的消費服務及空間優化的設計服務等三種服務群組。店鋪的商業經濟活動率先復甦在中藥及紡織業地緣關係緊密的南街及側巷 (表 3-1-2、圖 3-1-2)，其次是中北街和北街、民生西路，以傳統產業的專業服務為主，指的是食品什貨(南北貨為主)、布疋及中藥批發零售的專業分工(圖 3-1-3)。這一年的傳產經濟活動復甦顯示中藥及布疋的批發略高於零售，這是專門化時期的產業特徵；南北貨則是零售明顯高過批發，顯示銷售通路有調整；因應觀光的消費服務有菸酒批發零售進駐，也有餐飲、飲料店及老旅館。負責物質空間優化的設計服務機能布置在北街。南街與側巷是傳產復甦的核心區，南街恢復中藥街的批發及南北貨街的零售服務，側巷回到布疋業的專業服務 (圖 3-1-4)，除了十字街匯聚人潮的自條地理然件，宗教及人文(飲食小吃)等，也是初期吸引觀光客的人文資源，並帶起觀光經濟活動，包括：菸酒銷售，餐廳、飲料館。中北街復甦的是傳統食品街，街區外圍大致上還沒有明顯的經濟活動恢復，綜觀這一年的街區復甦，呈現專門化批發時期的傳產專業分工的地方服務功能，但因店家回流較少，所以街區還是處於閒置的狀態(圖 3-1-5)。

表 3-1-1：2000 年歷史街區店家數量分布　　單位：間

時間	樓層	南街	中街	中北街	北街	民生西路	民樂街	歸綏街	安西街	涼州街	環河北路一段	西寧北路	合計
2000年	1 樓	25	3	18	0	7	3	1	0	0	0	1	58
	2 樓	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	3 樓	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

資料來源：本研究彙整。

[9] 資料來源：臺北市政府，前引細部計畫，2000：21-23。

表 3-1-2：2000 年的三種觀光服務群組的營業活動

時間	區位路段	F102170	F203010	F102030	F203020	F102050	F104	F204	F108011	F208011	F101170	F201010	F501030	F501060	F501050	F111	F211	C104020	C30	C70	H703090	H703100	I401010	I501010	I503010	E101011	E801	店家數
2000	南街、永昌街及14、32、46、72巷	0	5	3	2	0	6	3	10	12	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	24
	中街	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	中北街	4	5	4	1	2	0	0	2	0	0	2	1	1	0	2	0	0	0	0	2	2	1	1	1	0	0	12
	北街	1	3	1	1	0	1	2	0	0	0	1	2	1	0	2	0	0	1	0	1	2	1	1	1	2	0	6
	民生西路	3	3	3	0	0	1	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
	歸綏街	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	涼州街	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	民樂街	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	安西街	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	西寧北路	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	環北路一段	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	小計：	9	17	11	5	2	9	8	16	15	0	4	3	2	0	4	1	0	2	0	3	4	2	2	2	2	0	58

資料來源：本研究彙整。



圖 3-1-2：2000 年街區復甦的核心與邊緣區位(本研究繪製)

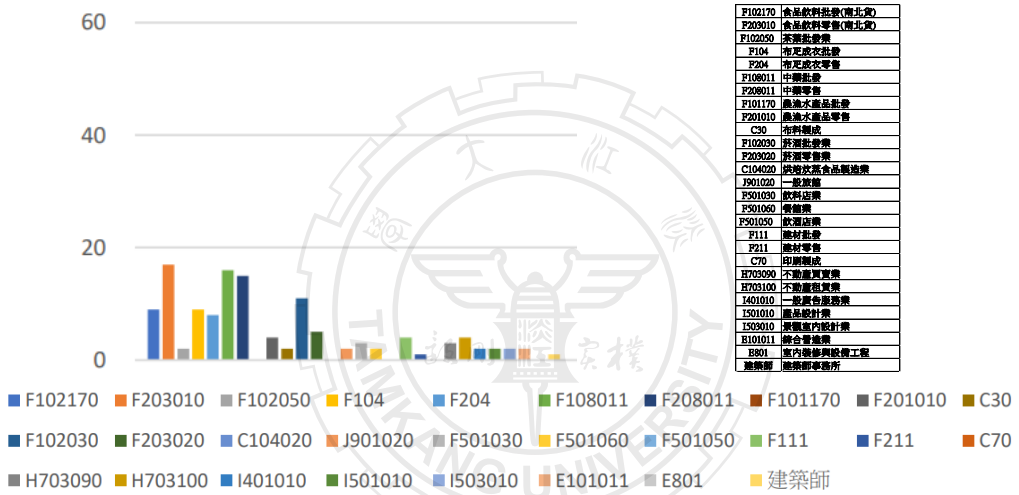


圖 3-1-3：2000 年街區的產業性質分布(本研究統計繪製)

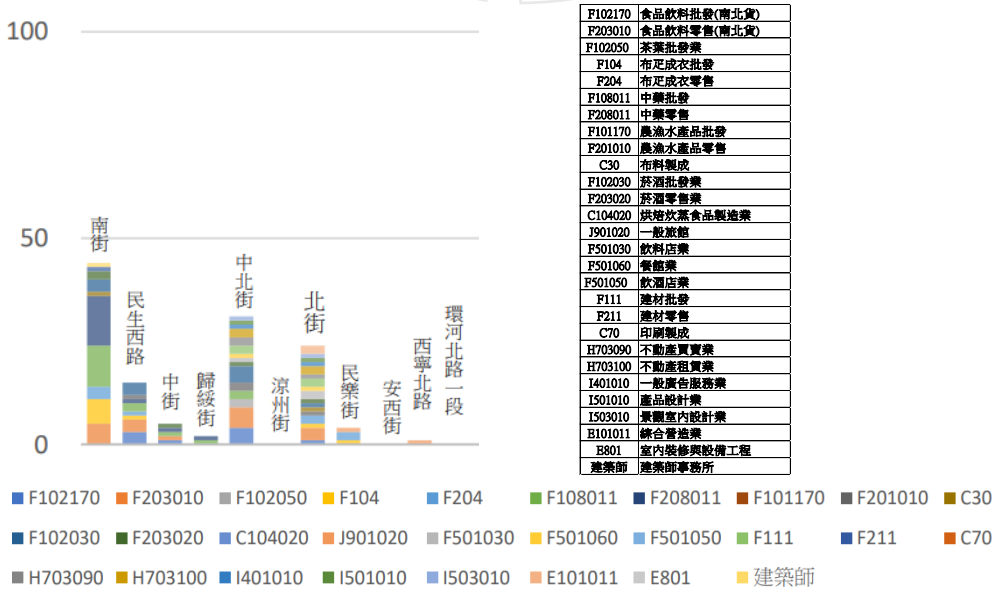


圖 3-1-4：2000 年街區的經濟活動(本研究統計繪製)

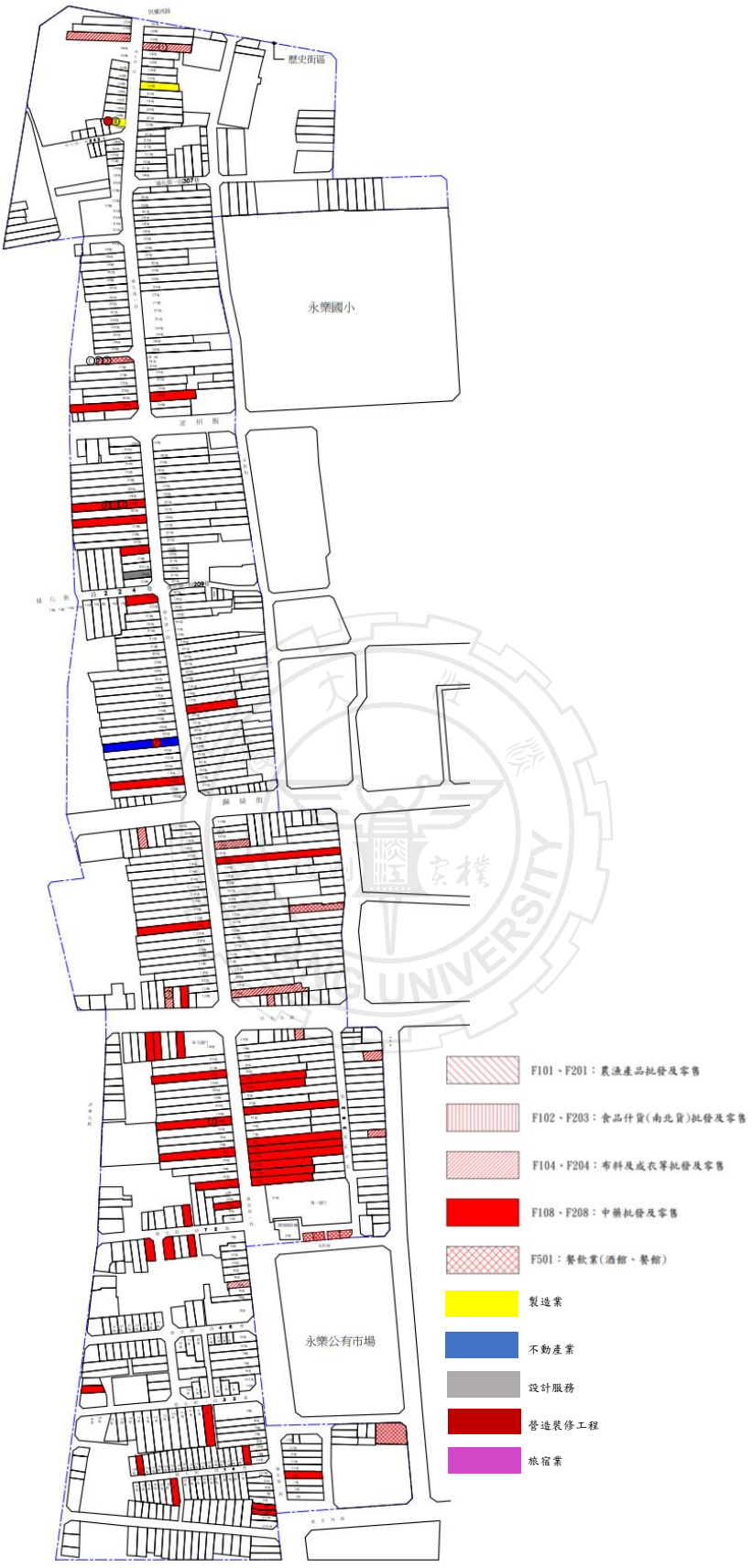


圖 3-1-5：2000 年街區實際的商業經濟活動空間(本研究繪製)

2001 年至 2010 年的期間，歷史街區店家發展至 213 間(表 3-1-3)，共計 345 項營業項目連結觀光服務旅遊的經濟活動(表 3-1-4)，核心區位依舊是在南街(圖 3-1-6)。2008 年至 2010 年的前後，街區權利關係架構開始出現變化，店屋修復期間，常有屋主與店主解約，或店主自行離開主街(呂大吉口述，URS127 打開大稻埕的公共生活，臺北村落之聲，2019.8.30)，也有屋主將容轉後的店屋贈予國家(市政府)。127 公店便在此時打開街區的空間紋理，改變人們觀察街區的視域象徵住居空間的去隱私性(張雅銘，2022b：356)，成為街區新舊產業文化經濟活動鑲嵌的概念空間。

表 3-1-3： 2010 年歷史街區店家數量分布　　單位：間

時間	樓層	南街	中街	中北街	北街	民生西路	民樂街	歸綏街	安西街	涼州街	環河北路一段	西寧北路	合計
2010 年	1 樓	53	36	35	28	27	17	3	5	5	4	0	213
	2 樓	8	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	12
	3 樓	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

資料來源：本研究彙整。

表 3-1-4：2010 年三種觀光服務群組的營業活動

時間	區位路段	F102170	F203010	F102030	F203020	F102050	F104	F204	F108011	F208011	F101170	F201010	F501030	F501060	F501050	F111	F211	C104020	G30	G70	F702020	F708100	I401010	I501010	I502010	I101011	I301	店家數
2000s-2010s	南街、永昌街及14、32、46、72巷	0	2	0	3	1	6	7	17	24	2	0	1	1	0	0	1	0	3	0	1	2	1	2	0	0	0	53
	中街	5	16	3	4	0	2	2	10	17	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	36
	中北街	11	16	11	3	1	2	2	3	6	0	5	2	2	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	35
	北街	3	7	3	0	1	2	1	1	3	0	0	1	1	0	1	1	1	1	7	3	4	3	2	3	1	3	28
	民生西路	0	14	0	0	0	0	0	6	10	9	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	27
	歸綏街	1	11	1	1	1	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17
	涼州街	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3
	民樂街	2	2	2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
	安西街	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	5
	西寧北路	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4
	環北路一段	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	小計：	23	71	20	11	4	13	12	39	63	11	9	6	6	0	2	2	2	4	7	5	8	5	7	5	1	5	213

資料來源：本研究彙整。

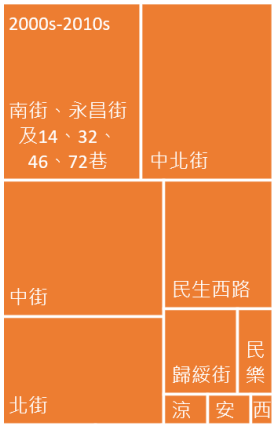


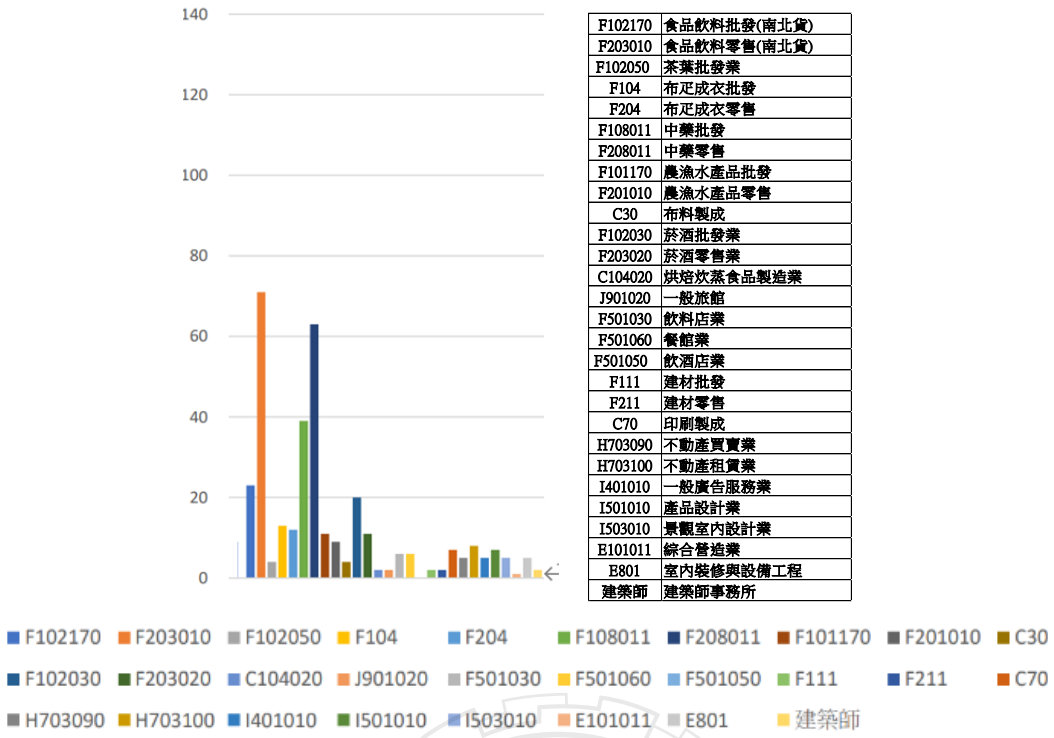
圖 3-1-6：2000 年至 2010 年街區復甦的核心與邊緣區位(本研究統計繪製)

店屋的「公共性」(publicity)從專門化批發服務地方的商業利益共享[10]，轉向促進傳產轉型提升街區環境品質，強調修復後的店屋為城市公共利益的空間載體。長期進駐街區的建築師呂大吉提到 127 公店的空間定位時，表示：「**URS127 空間，回到最初打開這裡的初衷，在商業化的街區中，保留下一個公共性、公益性的環境，從建築本身空間條件，一樓將閩南式的長型店屋敞開，創造一條從迪化街通往民樂街的道路串聯起兩邊的生活，將空間留給在地生活的社區長者與居民(URS127 打開大稻埕的公共生活，2019.8.30)**。」建築師所言大稻埕公共生活理念的本意是對地方的反饋，服務觀光亦要兼顧街區主體的生活日常。

這時的街區觀光服務營業項目是首年的 2.7 倍，食品銷售仍以傳統南北貨居多，中藥產業亦超出首年許多，布疋業成長不多(圖 3-1-7)。街區出現傳產順應觀光服務的空間現象，中藥零售數已高過批發，這與中藥市場通路限縮及藥事法規的限制有關。市場通路改變的影響從中藥店的藥櫃陳設便能理解，傳統陳列藥罐的藥櫃多改為展售養生藥材(圖 3-1-8、圖 3-1-9)。觀光消費服務的菸酒批發零售，飲料店和餐飲業緩慢的成長，空間設計與營造裝修工程業種也有提升。

街營業項目分布顯示街區已經有旅遊的觀光的服務機能，亦能理解他與「地方」(Place)的距離，靠近前人關注的街區活化目標，商家住民的生活已有恢復。南街的中藥產業的零售比例已明顯高過批發，顯示產業經濟活動的服務配合旅遊化做調整。中藥街的專業服務延伸到中街及民生西路(圖 3-1-10)；南北貨、布疋、茶葉集中在中街、中北街、民生西路和歸綏街，在十字街恢復四大傳統產業區位，象徵市街傳產護育政策的實踐。相較於核心區有清楚的傳產專業分工服務機能，北街是傳產、觀光及空間優化服務的混用狀態，其機能基本上已經定位在觀光消費服務(圖 3-1-11)。

[10] 南街的空間實踐連結店鋪、工坊及住居空間，結構出商業批發及住居、勞動的社會關係；生產、供應及買賣在店主間的常態性互相「調貨」服務客源商機是穩固街區發展的社會作用（夏鑄九，1989：61-62、107）。這個社會作用鏈結街區的空間結構，體現民生消費建構的南街日常（張雅銘，2022b：B2）。



F102170	食品飲料批發(南北貨)
F203010	食品飲料零售(南北貨)
F102050	茶葉批發業
F104	布疋成衣批發
F204	布疋成衣零售
F108011	中藥批發
F208011	中藥零售
F101170	農漁水產品批發
F201010	農漁水產品零售
C30	布料製成
F102030	菸酒批發業
F203020	菸酒零售業
C104020	烘焙炊蒸食品製造業
J901020	一般旅館
F501030	飲料店業
F501060	餐館業
F501050	飲酒店業
F111	建材批發
F211	建材零售
C70	印刷製成
H703090	不動產買賣業
H703100	不動產租賃業
I401010	一般廣告服務業
I501010	產品設計業
I503010	景觀室內設計業
E101011	綜合營造業
E801	室內裝修與設備工程
建築師	建築師事務所

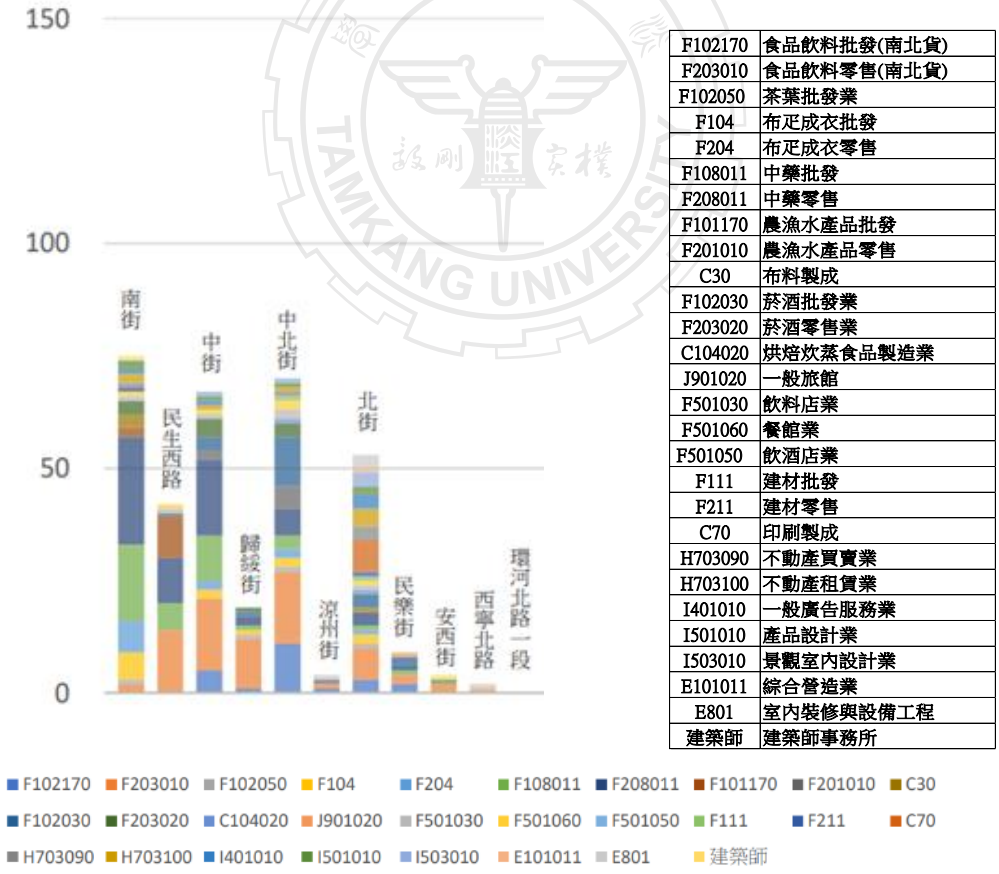
圖 3-1-7：2001 年至 2010 街區的產業性質分布(本研究統計繪製)



圖 3-1-8：保留傳統藥櫃的中藥行



圖 3-1-9：養生食品取代傳統藥櫃的中藥行



F102170	食品飲料批發(南北貨)
F203010	食品飲料零售(南北貨)
F102050	茶葉批發業
F104	布疋成衣批發
F204	布疋成衣零售
F108011	中藥批發
F208011	中藥零售
F101170	農漁水產品批發
F201010	農漁水產品零售
C30	布料製成
F102030	菸酒批發業
F203020	菸酒零售業
C104020	烘焙炊蒸食品製造業
J901020	一般旅館
F501030	飲料店業
F501060	餐館業
F501050	飲酒店業
F111	建材批發
F211	建材零售
C70	印刷製成
H703090	不動產買賣業
H703100	不動產租賃業
I401010	一般廣告服務業
I501010	產品設計業
I503010	景觀室內設計業
E101011	綜合營造業
E801	室內裝修與設備工程
建築師	建築師事務所

圖 3-1-10：2001 年至 2010 街區的經濟活動(本研究統計繪製)



1 樓　　2 樓

圖 3-1-11：2000 年至 2010 年街區實際的商業經濟活動空間(本研究繪製)

參、店屋的空間性恢復與經濟活動變化

一、店屋的空間性恢復

店屋修建期間的街區復甦是中藥及南北貨專業街的地方性再現，體現街區主體[11]認知的空間性[12]仍延續店屋的商業文化。店家與盤商頻繁的交易展現街區批發

[11] 街區主體指的是權利關係人，包括：屋主、店主及國家。

[12] 空間性（spatiality）是空間的社會生產分析概念，包括：想像空間（imagined space）、生活空間

產業經濟活動才是街區的公共性本質，熱鬧的迪化街在地方已呈過去式，曾經參與前期發展的某燕窩行負責人(2021)說：「**那時(指第一期)確實有觀光人潮，但各家店鋪從上午九點到晚上九點，整天忙著貨物批發。人、貨和車經常堵在騎樓或街上，迪化街真的是熱鬧。現在六、七點時，街上多數店家早已打烊，他們有營業時間的規定。**」

街區活化振興經濟是都市建築規劃設計專業技術的空間實務作用，鋪陳以國家利益為核心的土地使用，實踐城市文化休憩生活的公共利益。2000 年至 2010 年街區的傳統產業略有恢復專門化批發時期的空間性（spatiality），對比國家對街區營造市民生活休憩公共領域的構想，可以理解街區主體透過以往的社會運作，展現他們對大稻埕的地方認同。街區的空間結構呈現傳統產業專業分工服務地方的公共性，南街回到中藥與布疋的專業街，中街與中北街是中藥及南北貨的專業街，北街則有明顯的觀光服務機能。

二、傳產經濟活動出現變化

過去，街區主體的社會需要(social need)透過「進貨〉〉生產〉〉批發銷售〉〉再生產〉〉再進貨」的產業生產模式活絡經濟活動。南北貨業雖面臨大型量販店及便利商店市場的相對壓縮，尚能夠持續這個生產模式。中藥行受限於營業規範，無法販賣藥材的經濟模式異化，布疋業被成衣市場排擠，因此各自尋求適應旅遊化的經濟活動模式；中藥業者改變藥材轉養生品的銷售方式，維持批發經濟活動，布疋業結合文創產品設計，兩種產業的可持續性已受到旅遊化消費主義的影響。

肆、街區文化觀光旅遊地的形成

曾經參與街區發展的街區主體提到店屋修建時期，觀光客開始進到迪化街游動穿梭，應該是 2008 年開放大陸人民來臺觀光的國家政策之後。在地長期經營不動產開發的劉先生(2023.03.06)表示：「**我們 2012 年開始參與大稻埕的都市更新工作，經常在迪化街穿梭，印象中大陸和日本的觀光客相當多，尤其是大陸的團客。**」

（lived space）及實際空間（real space）的三者關聯性（夏鑄九，1994：36）。專門化批發市集的店家相互的社會作用，例如：中藥商經常性的調貨支援彼此的銷售營運正常運作（夏鑄九，1989：58）。

安西街的旅宿業者(2021.08.11):「**我們進駐的時間是2016年,3年前左右開始找點，原本要在主街尋找合適的地點，但是屋主開出的租金相當不合理。後來選擇在安西街營業，想說比較靠近主街。住房率算是高，而且幾乎都是大陸或是日本遊客。長時間和街坊鄰居的相處，才慢慢知道要進入主街做生意並不容易。聽說屋主之間會互相打聽，他們要是認為不適合，就不會讓你進來，租金只是拒絕的手段。**」可以瞭解服務旅遊觀光的產業經濟活動已經在這個階段的後期陸續進場，明樂街62號的餐廳早在1991年就已在街區經營咖啡廳，現已轉為餐廳(圖3-1-12)。民樂街與民生西路的轉角,及西寧北路南端有兩間舊式的旅館坐落在歷史街區範圍內，提供旅宿的服務(圖3-1-13)。對於安西街旅宿業者提到進駐主街的挑戰，筆者認為那時的街區主體或許已將旅遊地視為已經創立的文化品牌，並不希望過多的不同經濟活動進到主街，尤其是民宿。也就是說，店屋修建後期，大稻埕的旅遊地已初步形成，並且在街區主體形成旅遊品牌化的社會共識。



圖3-1-12：店屋修建時期的日間觀光服務機能(本研究繪製)

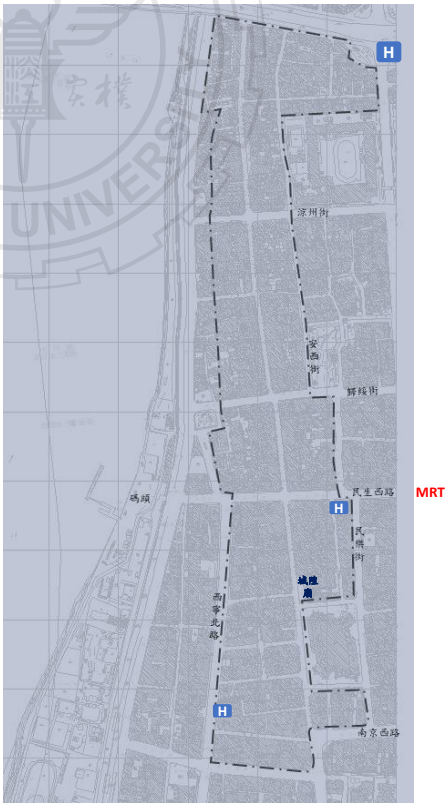


圖3-1-13：店屋修建時期的夜間觀光服務機能(本研究繪製)

第二節　旅遊地經濟活動模式的建構與 127 公店的文化鑲嵌作用

壹、店屋修建期的市街復甦與市政府政策構想的距離

2000 年至 2010 年的街區傳統產業復甦，象徵專門化批發時期的專業分工重回市街，中藥街、南北貨街、布街的地方集體記憶再現。這個階段的發展接近林衡道的歷史老街活化期待，盡量恢復商家住民的生活，活絡店屋商業文化的物質空間。只不過，這個階段的進程與國家構想的城市文化治理目標，亦即市民及遊客應該進入市街參與城市文化教育及休憩等現代化生活的政策理想仍有距離。

市政府的容積移轉政策被視為迪化街物質空間(店屋建築與街道空間)獲得保存的關鍵之一，甚至成為日本東京舊建築保存權與新建築發展權取得協調的借鏡（李東明，2023）。容積移轉結果保留市街尺度，店屋立面與空間型態，頹廢的店屋修復後，店家住民再回到市街，或是繼續承租店鋪，或是自用繼續過往的日常營業生活；這本是店家住民理想的街區保存結果，只是正當店屋陸續完成修復之後，卻因為部分所有權人對於店屋的持續使用方向，不再堅持延續傳統產業，租賃予傳統店家，或是賣出，或是捐贈市政府。街區主體的社群關係出現變化，店主與屋主無法恢復以往的租賃關係，店主面對新的租賃契約抬高租金與成本負擔的問題，導致修復後的店屋繼續閒置。

建築師呂大吉：「**大概在 10 年前（2009 年）那時候，店屋修好都是租不出去的狀態。因為原來的此地產業通常是中藥南北貨，或者是布行，店屋整修期間，房東就順勢跟店家解約，有一些店家因此結束營業或搬到別的地方。**」（SR.WANG 訪談，2019.08.30）[13]估算前期在主街的中藥、南北貨、布業地塾加速大概僅有 1/3 的復甦。正如延平北路二段筆者採訪的中藥行負責人所言：「**觀光客與盤商活動的交疊，傳統產業的零售也並非全然適合觀光客，再加上交通的限制，總是造成許多傳統店家的營業困擾。有些店屋修建後，屋主開始調漲租金。**」筆者推論前期

[13] 臺北村落之聲，2019.08.30，URS127 打開大稻埕的公共生活：呂大吉建築師專訪。

修復後的店屋少有出租的因素，應該是試圖回到市街的傳統店家考量交通條件對營業活動的影響，中藥行業尤其需要順暢的進出貨的運輸空間。除此之外，另一個潛在的影響因素也正在醞釀變化，那就是權利關係架構的核心角色，所有權人(屋主)對於店屋持續性的使用並沒有特定方向，這個時候的屋主們看到店屋修復後的內在價值(Intrinsic Value)，亦即空間美學已經帶起文化品味消費商機，此正是李承嘉所說的拉大街區店屋租隙的因素。

長期耕耘街區不動產開發的劉姓業者(2023.03.06)表示：「**迪化街的屋主基本上對於店屋如何使用？做什麼生意？誰來做生意？並不是很在意，他們甚至認為發展觀光更有投資效益。**」研判呂大吉提到的店屋出租停滯因素，應該是屋主對於租賃對象的開放，傳統店家顧及市場的限縮，嘗試進入市街的新創業者對於市場通路的掌握不足，導致修復好的店屋無法出租，而處在閒置的狀態。

綜觀以上，筆者認為站在市政府的決策立場，大稻埕旅遊化發展應該要有足夠的人文、文化、產業、休閒及景觀等多元的商品化資源，才能符合城市文化治理構想的市民生活公共場域。2000 年至 2010 年的歷史街區傳統產業復甦雖然能夠顯現地方的經驗，但是就旅遊化政策面來看，街區呈現的是觀光資源不平均的空間狀態。

貳、文化觀光資源缺乏的產業對策：經濟活動的嵌入思考

面對地方可持續性發展資源的缺乏，地方組織積極投入尋找傳統產業經濟活動如何連結街區的旅遊化發展。長期在地經營文化導覽品牌行銷的臺北城市散步執行長邱翊 2014 年策畫《大稻埕的 100 個微笑》紀錄片的展覽活動，透過訪問地方農業生產器具的工廠、中藥行、糕點餅鋪、旗袍工藝等數十位在地店家住民，探討觀光產業店家進駐街區帶來的生活影響，也討論傳統產業調適轉型的想法(王維玲，2017.01.05，採訪，端傳媒，大稻埕進化論：百年商人文化如何傳承、如何創新？)。

街區的經濟活動觀察及透過媒體訊息的瞭解，大稻埕的傳統產業及觀光產業，其實一直在嘗試「文化嵌入觀光」的產業生產模式，傳統的中藥、南北貨、布疋、食品與餐飲業潛在的經濟活動連結的可能，透過「嵌入」(Embed)的社會作用，讓傳產的物資經由新的供應鏈結就近輸入茶藝館、酒吧、餐廳、文創意品，建構觀光產業的生產結構(圖 3-2-1)。但是目前這個經濟活動模式仍屬於少部分，街區的新舊店家仍然在尋找更多的經濟活動可能。網路媒體採訪的世代文化創業群執行長表示：「**大稻埕商圈的新舊產業並不是沒有交集，根據我的觀察，不同世代及業態的商家正透過日常的商業交易，逐漸形成跨世代的互利合作模式。**」同時報導也提到街區的傳統店家在年輕接班人力的進場，熟系網路店商行銷的新一代積極嘗試新的經濟活動型態(王維玲，2017.01.05，採訪，端傳媒，大稻埕進化論：百年商人文化如何傳承、如何創新？)。

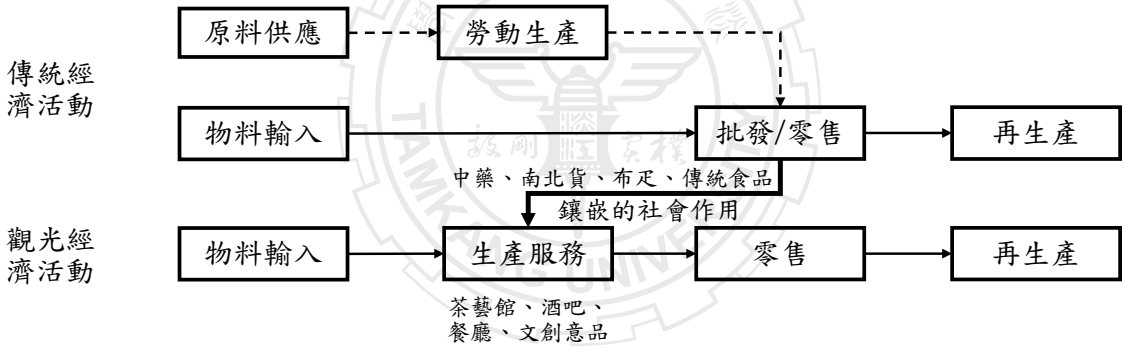


圖 3-2-1：街區的新舊經濟活動的嵌入概念(本研究繪製)

參、127 公店文化鑲嵌的空間角色

即使歷史街區恢復地方的集體記憶，但其活化的成效仍未接近市政府都市計畫政策的實踐目標。因此，街區的發展如何更接近城市文化的治理目標，引導市民進入大稻埕，便衍生一個空間課題—城市文化觀光產業生產模式的建構，由地方政府結合空間實務專業技術，重新詮釋店屋空間的公共性。

市府獲得屋主捐贈的迪化街一段 127 號店屋之後，都市更新處（簡稱：都更處）以官方代表的「使用權人」身份加入市街空間紋理的改造。都更處於 2010 年徵集都市設計專業團隊，建置都市再生前進基地（URS）做為都市再生策略的 DNA，透過空間再生實驗改造物質環境，串聯街區社區營造團體取得市街發展共識。127 公店（2019 年改名為埕樂通）是空間改造的首例，這棟店屋原由七位所有權人共同持有，2004 年至 2010 年，分四次申請容積移轉後，實體建物捐贈給市政府。都市更新處公開徵選經營使用單位，淡江大學獲選為領頭的專業設計團隊，打造迪化街社區文化創意產業「再生」據點，做為現代性（Modernity）的空間，修復臨街的建築立面與騎樓，前面二進的空間提供公共使用，做為展示創作、設計交流及市民自由參觀的開放性場域，臨民樂街的第三進不復原，轉為戶外開放空間，成為主街與民樂街的聯繫路徑，縮短街區的動線，強化側巷空間的活化可能（圖 3-2-2），再現店屋空間的現代性意義（吳光庭，2012：12）。



圖 3-2-2：127 公店一樓穿透性空間

店屋空間的公共性展開改變市民觀看他的視域，從上方樓層俯瞰市街是過去店家住民在私有領域擁有的生活視域，127 公店經驗完全的去隱私性，開放店屋空間的公共性，成為公眾所共有的市街新視域（圖 3-2-3）。127 公店呈現的「街區公共通道」理念，引導主街人潮往民樂街游動探索，帶動迪化街鄰街活動參與程度，也象徵空間紋理的改造開始。都市再生前進基地（URS）後續完成 URS44、URS155 及 URS27w 等，經常舉辦講座場及展覽，呼應中原建研所提議室內空間的公共性設計原則，進一步強化市街空間紋理的公共性，吸引更多城市設計啟發。這個空間的開放進程更靠近市政府對於大稻埕開放成為城市生活的公共空間構想。



圖 3-2-3：店屋俯瞰視域象徵私領域的開放

就 127 公店所處的歷史店屋商業文化場域而言，這棟店屋空間的改造提供一個街區傳統社會基礎—商業經濟活動嵌入[14] (Embed)的旅遊地文化觀光經濟活動的空間觀點，也是一個文化鑲嵌的社會作用，促使大稻埕更接近市政府政策構想的現代化生活場域。筆者認為這個文化的鑲嵌作用顯現出街區主體的社會關係調整(新舊經濟活動)，因應旅遊的觀光服務提出適當的空間對策。這個對策的貢獻是提供兩項商業空間可持續性活動的內隱要素，一是保持文化的認同，二是社會經濟活動的穩定(Katharine N. Rankin, Kuni Kamizaki, Heather McLean，2015：141)。

[14] K.Polanyi 的經濟活動場與分析觀點，鑲嵌性指涉的是社會基礎與社會關係，觀察社會經濟制度的變化因素，經濟行為是一個社會制度化的人際互助過程，互助產生的信任是組織交易的社會基礎（張維安，2001：71、75）。

2019 年，為能使這個公共店屋緊密連結市街發展，大稻埕地方創生有限公司嘗試經由企業經營模式，串連地方與外來業者，積極恢復專門批發產業時期的社會互助模式，店家、住民、外來企業共同建立相互支持的社會作用，維持街區的公共性，推動街區再生經濟的共識。建築師呂大吉：「**URS127 空間，回到最初打開這裡的初衷，在商業化的街區中，保留下一個公共性、公益性的環境，從建築本身空間條件，一樓將閩南式的長型店屋敞開，創造一條從迪化街通往民樂街的道路串聯起兩邊的生活，將空間留給在地生活的社區長者與居民。建築物本身也是一個活的展示解說歷史建築的空間，透過空間公共化的示範讓街區的空間更友善，也企圖引動更多的擴散效應；二樓作為大稻埕知識庫，提供專家學者研究的場所；三樓則將空間留給來到這裡創業的年輕人，有發揮與實驗的空間，成為一個商人俱樂部，促成新舊產業的交流。**」[15]（SR.WANG 訪談，2019.08.30）

提升市街觀光能見度是文創產業、餐飲業者以及轉型迎合觀光發展的傳統業者（尤其是食品業）共同期待，他們的可持續性生存必須依靠消費人潮。但是對於傳統的中藥行、南北貨商行、小吃店，他們需要的不是政府的介入輔導轉型，是原本屬於他們的營業空間使用型態。開放觀光人潮進入市街，影響傳統業者批發盤貨的商業活動型態,出現新的空間行人需求與舊的營業需求的交通行為衝突，而「公共性」是兩方需求的癥結。延平北路二段那間中藥行的負責人創業後不再回到主街的原因就是街道交通限制完全影響原來的營業作息步調。127 公店的都市空間改造經驗，打開市街的新公共性，更發掘出人文與文化元素，做為旅遊化文化觀光產業生產的經濟活動資源；這個經驗體現的文化鑲嵌社會作用，也助於傳統產業可持續性經營理念的恢復。我們所看到的街區主體(新舊店主)提出傳產經濟連結觀光經濟的供料鏈結，傳產營業的轉型，店屋空間的去隱私性，商業空間的使用改變等等，都是街區主體的地方文化認同及消費主義意識形態的展現，他們同樣都是在思考經濟活動鏈結旅遊地的方向。

[15] 臺北村落之聲，2019.08.30，URS127 打開大稻埕的公共生活：呂大吉建築師專訪。

肆、旅遊化的文化品牌建構：商人文化的無圍牆博物館

藉由文化引導的治理術，127 公店的再生經驗擴大都市再生發展的導向，更趨向於城市文化教育為題的旅遊地發展。在 2016 年成為市政府處理迪化街保存發展的決策基礎—生態博物館計畫（殷寶寧，2019：30）。「大稻埕是一座城市生態博物館」（柯文哲，2017；殷寶寧，2019：30），這個定位明確地方文化工作團隊（臺北城市散步）的「大稻埕博物館」深度導覽活動的規劃，帶出以 127 公店空間的公共性開放為起點的新市街空間紋理，提升街廓側巷空間的能見度，鋪陳老舊店屋及傳統批發經濟轉型城市文化經濟的旅遊空間。

街區空間的新公共性向店屋內部生活場域延伸，店家或由屋主自行轉為文化公民，親自解說老屋的故事，塑造市街的文化認同。兩條導覽路線串聯街區公營及私立博物館是文化工作者為活化街區經濟，強化街區自明性—「商人文化」的努力作為（殷寶寧，2019：32）；臺北城市散步創辦人邱翊：「**大稻埕很簡單，就是商人的文化。**」（王維玲，2017）[16]，導覽路線引導的文化認同視野，多看向傳統產業及老舊店屋、洋樓，確實營造出大稻埕的城市辨識度。 2017 年，大稻埕成為臺北市國際觀光熱點第 3 名[17]。大稻埕歷史的傳統產業文化底蘊是街區的文化資本，但在店屋修建時期尚未發掘，也就成為第二階段朝向城市文化觀光(City Cultural Tourism)發展的基礎，建構「商人文化」文化品牌的觀光旅遊地。據過往的研究觀察，這個旅遊地的經濟活動以文化包裝行銷為產業生產模式核心，將歷史街區帶向旅遊全球化(globalization of tourism) [18]。觀光產業生產為街區帶來的實際商業活動，傳統店家因應旅遊化服務，採取幾種空間對策，包括：調整騎樓與私領域的空間使用方式，店鋪門面裝修高檔化，室內陳設精緻化，商號的全球化

[16] 王維玲，2017，大稻埕進化論：百年商人文化如何傳承、如何創新？。

[17] 臺北市政府觀光傳播局，2018.10.18，臺北最潮觀光聖地 百年風華大稻埕出列 古典與潮流相遇 106 年外國旅客最喜歡景點第 3 名。

[18] 殷寶寧認為的「文化觀光」(cultural tourism)可為「旅遊全球化」(globalization of tourism)的代名詞，主要是因為全球化的城市普遍積極以「文化」包裝與行銷城市，這個經濟趨勢在文化資本(cultural capital)與社會歷史脈絡的差異條件下，展現為結合城市行銷、文化資產保存或文化創業產業等不同的發展模式（殷寶寧，2011：23），而筆者認為這也是大稻埕觀光產業生產模式，新舊產業在店屋空間產生新的社會關係。

等，都是觀察街區因為經濟活動改變空間結構，衍生仕紳化的關注位置。

伍、街區的內在價值：文化品味消費

127 公店的保存再生及大稻埕生態博物館計畫是基於店屋修建期，街區活化結果未能契合空間實務的旅遊發展目標，市政府的觀光及老房子運動等政策為平衡歷史街區的旅遊觀光資源，以利建構機能完整的旅遊地，提出的政治性空間生產結果。在街區也有權利關係人提供旅遊觀光的文化資源，迪化街一段 155 號的林五湖古厝即是典型的傳統店鋪轉向迎合城市旅遊化的地方自我再生案例，也是社會文化鑲嵌至觀光旅遊地的理念體現。古厝所有權人以文化公民的身份開放店面內部生活場域供遊客參觀，明確的去隱私性，以「點」的概念建置社會記憶，再現店屋商業文化；接著結合公私立博物館的導覽，鋪陳一張能夠展現地方感的知識網絡。大稻埕經由博物館學的記憶展示與知識傳遞，編織出城市文化經濟模式。

「商人文化」做為城市文化的自明性是迪化街轉型新自由市場的根本，而街區店屋建築與市街舊景的復古氛圍，保留具有集體記憶的建築美學元素（殷寶寧，2018：51），做為在地轉型城市文化經濟的基礎，亦即文化品味消費[19]。市政府的都市再生經驗開啟市街轉型觀光旅遊的契機，街區經濟活化是在地文化公民改造街區利益架構分配的策略，他們在市街嵌入以「商人文化」為內在價值的消費意識，並將其轉為商機的公共性空間。這個價值觀念影響店屋商業空間的使用型態，也讓店面租金跳脫傳統的經濟框架，並改變空間的結構。

據報導指出，2015 至 2017 年，大稻埕文化旅遊地在媒體持續的關注報導，其旅遊品牌名聲升抬，吸引全球化的連鎖品牌進駐開展以大稻埕地方文化為題的形象店面，店面空間需求持續上升，不動產業者隨之湧進，街區核心的南街和中街的店面租金明顯翻漲，衝擊小型資本經營的個人工作室及小型店鋪 (王維玲，2017.01.05，採訪，端傳媒，大稻埕進化論：百年商人文化如何傳承、如何創新？) 。

[19] 這些新興商店具有全球化的同質性，其建築的臨街面也都有高級的櫥窗，取代傳統商店的廉價擺設。其室內空間的陳設材質、色彩計畫都體現對消費者品味要求的掌握（Zukin Sharon Philip Kasinitz， Xiangming Chen，2015）。

第三節　2011 年 2021 年城市行銷時期的旅遊地區位擴張和空間位移

壹、城市旅遊行銷的政策空間調整與權利關係架構改變

一、城市旅遊行銷的政策空間調整

迪化街 127 公店的空間生產改變街區主體的社會性(social)，國家政府成為權力關係架構的一員，重組新的社會關係(張雅銘，2022b：355)。前期的街區活化結果，傳統產業的護育雖有成效，但並沒有具體轉型成為觀光資源，做為城市文化觀光產業生產的資源，以致政策構想的大稻埕旅遊化未能打出特色。127 公店的經驗後，國家推動街區進入城市行銷進程，市政府展開密集的文化與商業輔導政策，2013 年的「老房子運動」，2014 年「大稻埕創意生活產業計畫」，2015 年「大同區再生計畫」及「臺北造起來」的商業輔導計畫，均為加強人文、文化觀光資源的市政府政策。2018 年的細部計畫修正，直接將「城市行銷」列為政策重點[20]；同年也有地方組織的同步運作，由迪化商區發展促進會籌劃的假日徒步區，建置新的城市公共空間，同年專用區內有 5 處古蹟，65 棟歷史建築，83 棟歷史性建築，這些文化資產建築分布在歷史街區的主街兩側[21]。

2011 年至 2021 年歷史街區的店家數達到 359 間店家，商業活動趨向空間垂直化，有 33 間店 1 至 2 樓為營業場所，12 間店是 1 至 3 樓皆為營業場所，2 至 3 樓的空間商業化案例數與一樓的比例雖談不上大幅變化，但相較於 2000 年，商業空間的垂直化算是明顯成長(表 3-3-1、表 3-3-2)。

表 3-3-1：2011 年至 2021 年歷史街區店家數量分布　　單位：間

時間	樓層	南街	中街	中北街	北街	民生西路	民樂街	歸綏街	安西街	涼州街	環河北路一段	西寧北路	合計
2021年	1 樓	86	46	60	55	50	12	22	10	7	3	8	359
	2 樓	14	4	3	5	4	2	1	0	0	0	0	33
	3 樓	10	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	12

資料來源：本研究彙整。

[20] 資料來源：臺北市政府，2018.12.18，〈修訂臺北市大同區大稻埕歷史風貌特定專用區細部計畫案〉《臺北市都市計畫書》：1。

[21] 資料來源：臺北市政府，2018.12.18，〈修訂臺北市大同區大稻埕歷史風貌特定專用區細部計畫案〉《臺北市都市計畫書》：14。

表 3-3-2： 2011 年至 2021 年的三種觀光服務群組的營業活動

時間	區位路段	F102170	F203010	F102030	F203020	F102050	F104	F204	F108011	F208011	F101170	F201010	F501030	F501060	F501050	F111	F211	C104020	C30	C70	F703050	F703100	A01010	I501010	I509010	I101011	I501	店家數
2010s-2020s	南街、永昌街及14、32、46、72巷	18	31	18	6	5	15	19	18	25	0	5	12	8	1	0	1	2	6	0	1	3	4	7	1	0	0	81
	中街	11	3	3	7	2	2	2	10	17	0	7	4	6	1	0	0	2	0	0	0	1	2	3	1	0	0	46
	中北街	23	32	23	8	4	10	11	3	7	7	10	7	6	1	6	0	4	1	0	3	2	6	10	7	0	0	58
	北街	10	21	10	2	2	6	7	2	3	0	5	9	6	1	2	2	1	1	1	4	6	9	11	8	1	6	52
	民生西路	8	22	8	5	3	3	2	7	11	0	6	3	4	0	2	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2	40
	歸綏街	0	0	1	2	1	0	0	1	2	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	22
	涼州街	0	0	3	3	3	1	2	0	0	0	2	3	3	2	1	2	0	0	0	0	0	2	4	0	0	1	6
	民樂街	6	7	6	0	1	1	1	1	1	0	0	3	3	0	1	1	0	0	0	1	2	2	2	1	0	2	11
	安西街	2	5	2	2	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	10
	西寧北路	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	7
	環北路一段	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	小計：	80	125	74	35	21	39	44	42	66	7	39	44	39	7	14	9	9	9	2	10	15	27	39	19	2	13	335
2021	南街、永昌街及14、32、46、72巷	20	35	18	6	5	16	23	18	25	0	5	17	12	2	0	1	2	6	0	1	3	5	9	1	0	2	93
	中街	11	3	3	7	2	2	2	10	17	0	7	4	6	0	0	0	2	0	0	0	1	2	3	1	0	0	47
	中北街	23	33	23	8	4	11	12	3	8	0	10	8	6	0	1	0	4	1	0	3	2	6	11	7	0	2	60
	北街	11	24	11	3	2	6	7	2	3	0	5	9	6	0	6	6	1	1	1	4	6	10	11	8	1	6	57
	民生西路	8	22	8	5	3	3	2	7	11	0	6	3	4	0	2	1	0	0	1	1	1	2	3	1	0	2	41
	歸綏街	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22
	涼州街	0	0	3	3	3	1	2	0	0	0	2	3	3	2	1	2	0	0	0	0	0	2	4	0	0	1	6
	民樂街	6	7	6	0	1	1	1	1	1	0	0	3	3	0	1	1	0	0	0	1	2	2	2	1	0	2	12
	安西街	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10
	西寧北路	1	3	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	8
	環北路一段	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	小計：	80	130	72	33	20	41	49	41	65	0	35	48	43	7	12	12	9	9	3	10	15	29	43	19	1	16	359

資料來源：本研究彙整。

2018 年修正的細部計畫土地使用分區大概維持前期的狀態(圖 3-3-1)，但有兩個政策調整值得關注，首先是特(一)專用區的日常用品零售、一般零售及日常服務、一般服務業、飲食及餐飲場所的營業樓層限制地面層以上之規定取消。其次，特(三)專用區原來禁止特定住宅開設餐飲場所的規定取消，改為開放允許設置，對民生西路以北街廓的主街西側店家落點有相當的影響性。土地使用分區的政策空間調整是市政府加入街區主體後，構想大稻埕成為城市旅遊區，亦是市民文化教育及休閒娛樂生活的公共空間，建構完整的文化觀光資源及現代化生活機能面向成為這個階段的政策調整動機。

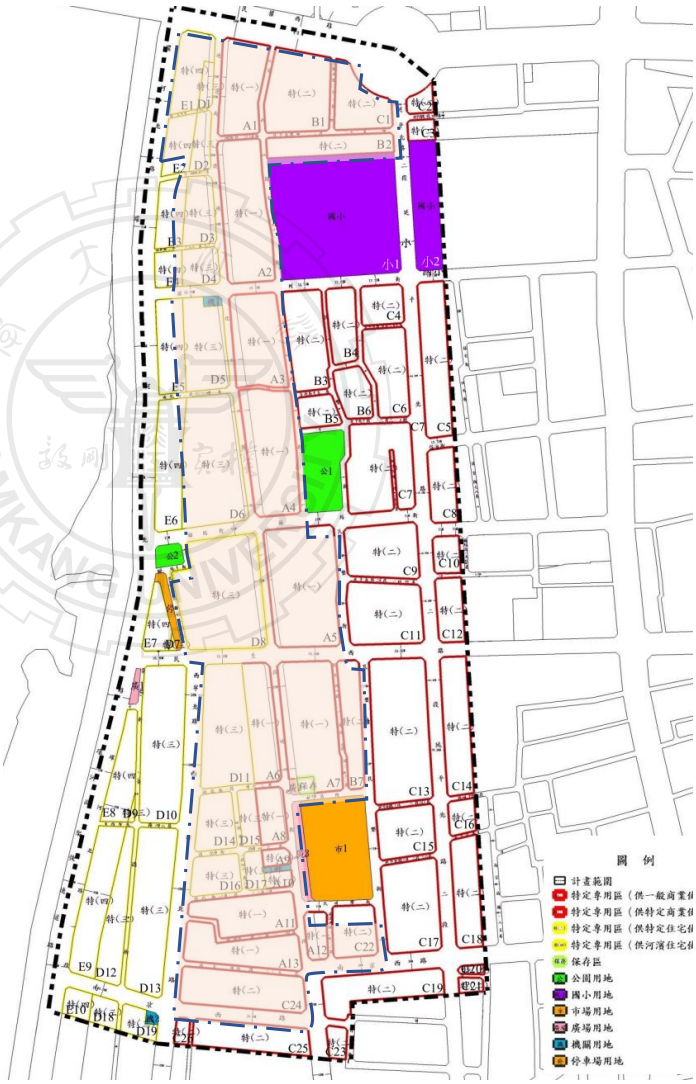


圖 3-3-1：2018 年的專用區土地使用分區(資料來源：臺北市政府，2018，「修訂臺北市大同區大稻埕歷史風貌特定專用區細部計畫案」，頁 86)

地方組織(商圈發展促進會與文化企業資本)的集結[22]是街區觀光旅遊的核心區穩固在南街的社會作用，2011 年文創產業進駐街區，2015 年至 2017 年永樂市場空間設施改善完成，文化企業對市政府的市民公共生活空間政策的構想也回應在南街，小藝埕文化創產業者籌劃 1920s 復古遊行及各種展演文藝活動(圖 3-3-2、圖 3-3-3)。



圖 3-3-2：1920s 復古遊行的沉浸式表演



圖 3-3-3：街區展演文藝活動

[22] 集結街區組織的參與，並且連結歷史的文化資源，籌辦辦理節慶活動，城市行銷已成為國際重要觀光景點是市政府打造大稻埕觀光的理念之一。資料來源：臺北市政府，2018.12.18，〈修訂臺北市大同區大稻埕歷史風貌特定專用區細部計畫案〉《臺北市都市計畫書》：1。

在迪化街商圈促進會組織運作下，南街成為觀光客常態性聚集的公共空間。進駐街區開展文創、餐飲等觀光服務業的店家增多，傳統產業的店家面臨產業持續性的生存問題。相對於這時歷史街區的旅遊觀光資源，整合出人文空間美學、文創產業、休閒娛樂及生活教育、飲食旅宿等多元化資源，傳統產業的經濟活動，在地方組織的集體決策下，開始找到連結旅遊觀光的經營方向。

此外，市場前廣場聚集的假日市集多為外來攤商，市集經濟利益挹注街區有限，在地攤商面對政治性「紅色路權」(張雅銘，2022a：B7)空間的對策是在徒步區[23]邊緣做地方服務。這個臨時的文化表演場域，遊客穿著復古服裝在街區做沉浸式展演，讓街區象徵回到大稻埕町通文化的歷史場景(張雅銘，2022a：B5、B8)，連結市政府的無圍牆博物館計畫，體現旅遊化政策空間調整，提供市民文化、教育及休閒生活空間。

不過關於假日徒步區，以及街區是否應該設置民宿，同樣經營文化導覽品牌的臺北城市散步執行長邱翊認為徒步區的設置並不符合住民生活的需求，這個公共空間與民宿只是為了增加觀光經濟效益，他基本上排除周圍住民的生活考量。邱翊(2017)表示：「**大稻埕不能觀光極大化！他認為迪化街假日徒步區完全是為了促進觀光而設，而未顧及整個地區的居民意見。徒步區若是只有假日舉行，尚屬可以接受之事，倘若將來更進一步，變成一週七天、一年 365 天的永久徒步區，對於迪化街上需要運貨車輛進出的南北貨批發業將是一大打擊，傳統氛圍恐將消失。**」(王維玲，2017.01.05，採訪，端傳媒，大稻埕進化論：百年商人文化如何傳承、如何創新？)。

[23] 指的是迪化商圈於每週日上午十點至下午五點設置的假日徒步區，提供市民休閒及觀光旅遊的短暫性行人專用區(張雅銘，2022a：B7)。

二、權利關係架構改變後的街區社會基礎

大稻埕代表臺北的城市文化意象，專門化時期的店屋權利關係架構單純只有屋主與店主的契約關係。屋主擁有單棟至數棟產權租予店主，產業型態反映出專門化空間機能的組成，對外是商業店鋪空間，對內是自用的工作勞動及住居場域。

市街過去的權利關係是單純的所有權人（屋主）與使用權人（店主）的租賃關係（圖 3-3-4），2000 年專用區內出現「政治與治理」新框架，由主管機關（市政府都市更新處）、土地權利關係人及主管機關賦予建築專業任務的「建築專業單位—公部門（指派）、私部門（契約委託）」三方組成（圖 3-3-5）。主管機關的政策治理角色，透過建築專業單位的專業技術協助及溝通，與土地權利關係人關注的權利公平主張，形成涉及「發展權」與「保存權」（限建保存）的政治性作用。構成土地權利關係的「所有權人」及「使用權人」是對應治理政策，地方塑造環境與空間的關鍵角色。依據使用者定義，店屋的使用有「自用」及「授權使用」兩種模式；前者是屋主自住或自營店鋪，後者為屋主經契約的法律約定授權店主經營店鋪；授權方式按照被授權方身份性質再分「租賃」及「捐贈」。

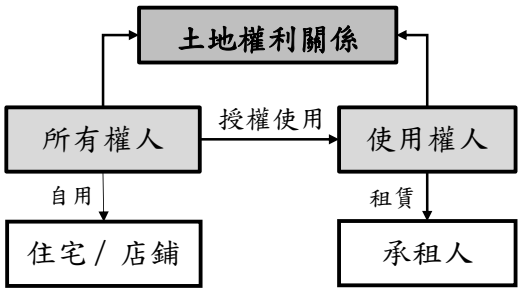


圖 3-3-4：專門批發時期的迪化街權利關係架構(本研究繪製)

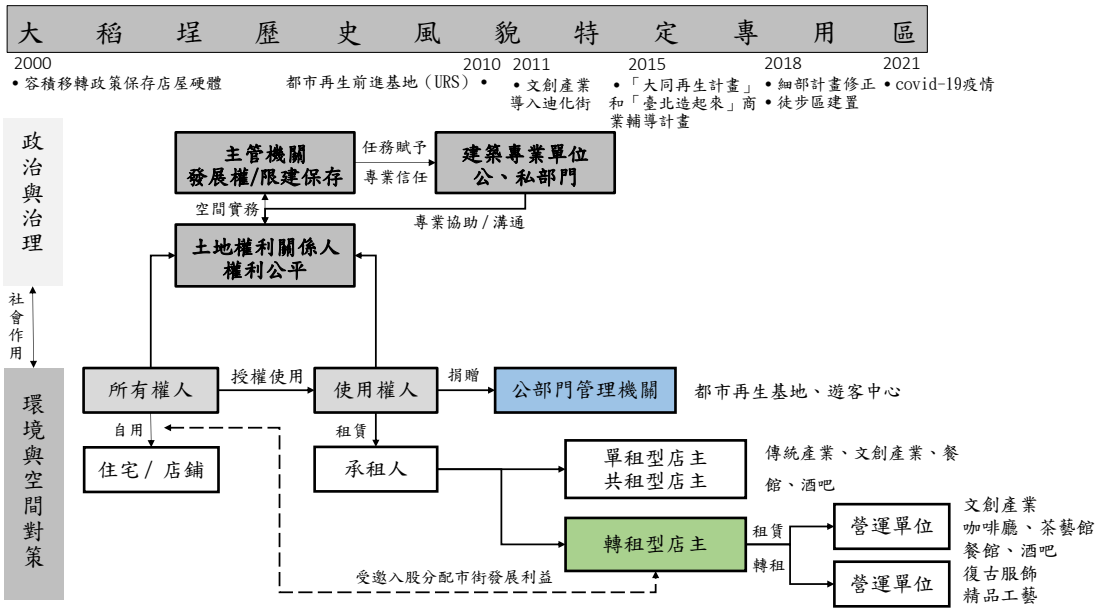


圖 3-3-5：迪化街專用區發展的權利關係架構(本研究繪製)

「租賃」有所有權人與承租方的「單向契約」和「共租契約」，也有承租人轉租予其他單位的「轉租契約」，共有三種訂約方式；其中轉租模式的使用權人以公司型態(文化企業)運作，邀起所有權人成為股東，共享市街的發展利益。筆者依據使用權人的屬性，定義出三種類型的店主，分別是：「單租型」是維持屋主與店主的單一契約關係。「共租型」是複數店主同時承租同棟建物的契約關係。「轉租型」則是店主承租數棟店屋，再轉向分租數個營運單位，其分租契約訂有營運管理規範。 「捐贈」是建築標的通過建築維護事業計畫審查，完成容積移轉的申請，所有權人將修復後的物質空間捐贈予政府，由公部門進行再生計畫的委託。

使用權人的屬性及組織決定土地建物的自主權伸展程度，越有使用自主權利，通常更有權力創造使用福利（Nidhiya Menon,Yana van der meulen Rodgers，2016：454）；這是指店主對於契約關係或是環境影響因素越有對應的決定權，越能控制創造的營收，所謂的決定權包括：面對文化資產建築的裝修限制，承租人與屋主的契約關係遠近對空間使用的限制，以及地理位置的市場區位條件。筆者所談的權利關係即以此概念，不同租賃模式的使用權人打造的商店街空間特徵各有不同。田調過程，也發現在南街過去自營傳統業種的屋主，選擇將屋租賃給外來產業。

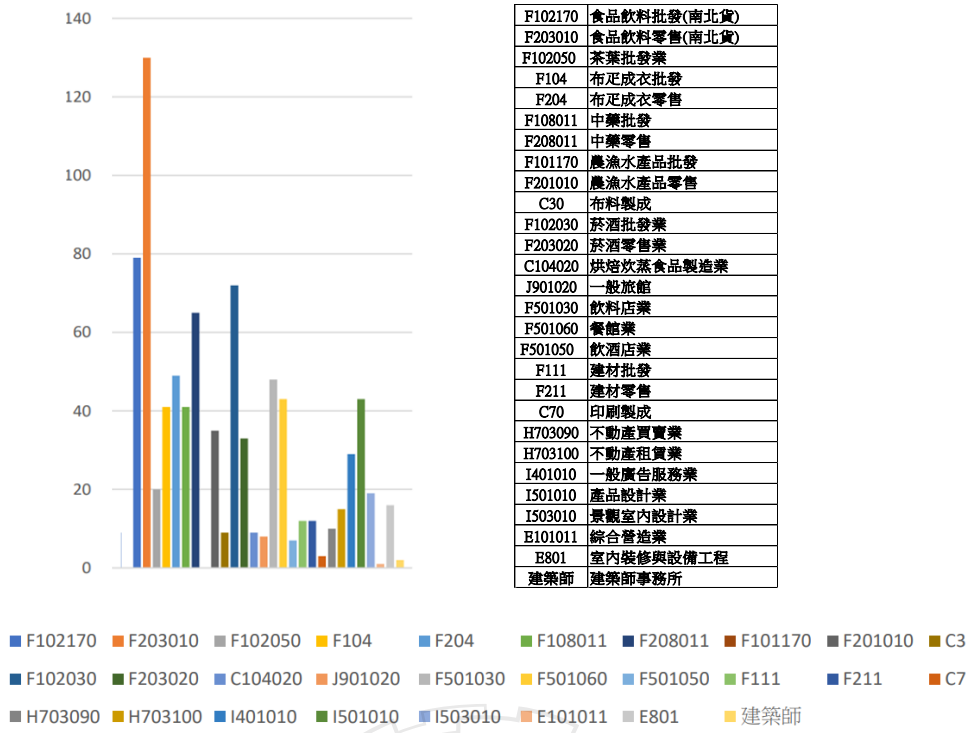
筆者認為空間特徵的呈現受到文化保存權限制，也就是文化資產保存的相關修復規範，以及店主與屋主的契約層次的複雜是否侷限空間的使用方式；另外，據點的地理位置影響營收時，裝修有著不一樣的處理對策。店主對於這些限制條件越有能力排除，又或者不需要解決諸多限制問題時，在店內的空間使用都各有不同的空間特徵，並且外顯出空間結構改變的結果。

貳、城市文化品味消費的集體情緒：再生町通文化的復古老街

一、觀光服務區位的擴張相對壓縮傳產專業空間

城市行銷期的觀光服務能量是前期的 2.4 倍左右。核心區不變，還是在南街及側巷，向北連結中街與民生西路。食品零售(含傳統南北貨)120 間，批發 80 間，布疋零售與批發、農漁水產零售也在 40 間上下，都是前期 1.5 至 2 倍的成長比例(圖 3-3-6)。幾個傳產成長超過前期的原因是轉型服務觀光，產業資源結合人文資源的結果，傳統食品業經由產品生產的表演及店面的空間優化升級產業在街區持續性的經營(圖 3-3-7)；布業的成長也是前面兩種觀光資源的整合，一些布料產業轉型文創產業，亦是為迎合旅遊化政策(圖 3-3-8、圖 3-3-9)。但不論是傳統飲食空間的全面優化，或是文創業者將地方布料的商品化及品牌化，都是文化鑲嵌的社會作用發揮，讓新舊的經濟活動獲得連結，穩定街區商業文化的社會基礎。

相對於店屋修建期，這個階段的中藥零售批發已處在飽和狀態；以休閒生活機能服務為主的業種以菸酒銷售、飲料店、咖啡廳、餐廳的 3 倍幅度成長最為顯見；空間優化服務的產品設計配合文創業者的觀光服務。此外，餐廳與南北貨的食材供應連結亦是街區主體發展出新的社會關係，此時的歷史街區明顯有了多元的觀光資源，走在旅遊化的城市觀光產業軌道。傳統產業的專業服務的弱化跡象並非業種數量下降，而是中藥及南北貨營業空間受限，其因在於權利關係人對於店屋租賃對象的決定逐漸偏向觀光服務的業種，觀光服務區位擴張後，形成相對的空間壓縮現象。



F102170	食品飲料批發(南北貨)
F203010	食品飲料零售(南北貨)
F102050	茶葉批發業
F104	布疋成衣批發
F204	布疋成衣零售
F108011	中藥批發
F208011	中藥零售
F101170	農漁水產品批發
F201010	農漁水產品零售
C30	布料製成
F102030	菸酒批發業
F203020	菸酒零售業
C104020	烘焙炊蒸食品製造業
J901020	一般旅館
F501030	飲料店業
F501060	餐館業
F501050	飲酒店業
F111	建材批發
F211	建材零售
C70	印刷製成
H703090	不動產買賣業
H703100	不動產租賃業
I401010	一般廣告服務業
I501010	產品設計業
I503010	景觀室內設計業
E101011	綜合營造業
E801	室內裝修與設備工程
建築師	建築師事務所

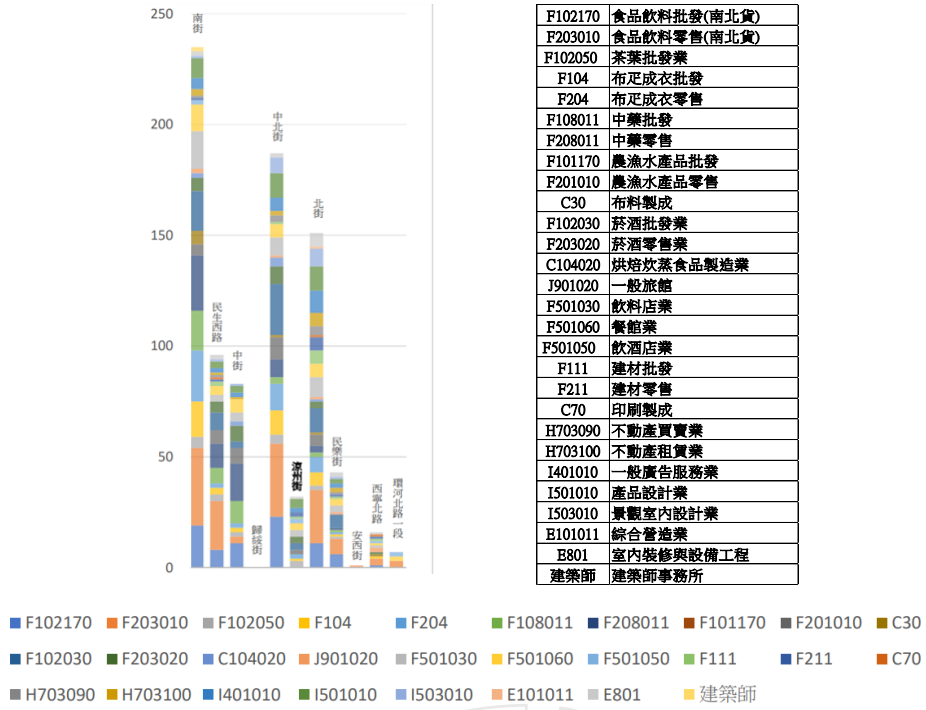
圖 3-3-6：2011 年至 2021 街區的產業性質分布(本研究統計繪製)



圖 3-3-7：傳統飲食店鋪空間全面優化



圖 3-3-8：具有新舊經濟文化鑲嵌作用的布工藝文創店



F102170	食品飲料批發(南北貨)
F203010	食品飲料零售(南北貨)
F102050	茶葉批發業
F104	布疋成衣批發
F204	布疋成衣零售
F108011	中藥批發
F208011	中藥零售
F101170	農漁水產品批發
F201010	農漁水產品零售
C30	布料製成
F102030	菸酒批發業
F203020	菸酒零售業
C104020	烘焙炊蒸食品製造業
J901020	一般旅館
F501030	飲料店業
F501060	餐館業
F501050	飲酒店業
F111	建材批發
F211	建材零售
C70	印刷製成
H703090	不動產買賣業
H703100	不動產租賃業
I401010	一般廣告服務業
I501010	產品設計業
I503010	景觀室內設計業
E101011	綜合營造業
E801	室內裝修與設備工程
建築師	建築師事務所

圖 3-3-9：2011 年至 2021 街區的經濟活動(本研究統計繪製)

二、新舊經濟活動嵌入觀光產業生產模式

傳產發展的空間限縮是旅遊觀光資源整合過程的空間現象之一，傳統產業的業者採取營業空間的全面優化，或是調整營業空間型態的空間對策，以及和新的餐飲業者構成物料供應的鏈結關係，將傳統產業的經濟活動嵌入旅遊地的觀光經濟活動。前面我們提到大稻埕傳統產業在地方的努力下，嘗試尋求嵌入觀光產業的可能，幾個案例體現這個新的產業生產模式的運作，例如：民樂街 22 號的酒吧於主街的中藥行及南北貨行採購釀酒原料，其他酒吧也有採購街區的傳統食品，迪化街一段 67 號的茶館的茶葉採購自地方老店等等(王維玲採訪，2017)。觀光資源整合的成果讓我們看到文創藝品店、精品店、連鎖餐廳、飲料店及咖啡廳等全球化商空[24]進駐街區核心區(圖 3-3-10)，南街脫離中藥街的生活日常，趨向全球化

[24] 1970 年以後的高檔餐廳、咖啡廳和精品店已經是公認的全球化城市的仕紳化標籤，這些空間的成長壓縮長期服務在地的零售商店(Zukin Sharon，2009：62)。Zukin Sharon 追蹤全球化商店街的「供應鏈」、「居住社區」、「政府政策」、「媒體形象」四個產業生態結構系統連結，分析業主（房東）、店主及消費者的交易關係，瞭解商品供應路線影響物價，商店個體及商店街整體名聲(Zukin Sharon ， Philip Kasinitz， Xiangming Chen，2015)，將仕紳化定義基準連結優化後的店鋪，從咖啡廳（Café）增加藝術畫廊（Art gallery）和精品店（Boutiques）， 這是目前國際間在商店街或同質性商圈，認定仕紳化影響深入地方的三種指標性店面，也是仕紳化的外顯標誌。Zukin Sharon 將三種店面標籤

及商空化的復古老街；夜間街區結束商營活動，商店街的上下樓層多處在休息的狀態，減少在上方樓層見到活動，顯示全球化商空結果，傳統店屋的「上住、下店」空間性已不適應旅遊地。另外，中街和民生西路的南北貨專業街轉向觀光消費及空間優化混用的服務區位，街區復甦初期，恢復的專門化產業特徵「再片段化」(re-fragmentation)，觀光服務區位的擴張壓縮傳產服務機能，顯示旅遊化改變傳產的空間結構，趨向全球化城市的仕紳化標籤，街區可以說是穩定的形成商空化的觀光旅遊景點。在新舊經濟活動的社會互動之下，是前面也有提到的，傳統店家的家族執事人員年齡層下降，也是促成傳統經濟活動轉變的因素，傳統店家在二代或三代成員的加入，透過網路電商行銷，建構另一種新的經濟活動方向，例如：李亭香(傳統肉類食品)、富自山中(南北貨)、合興(傳統糕點)、滋養(傳統糕點)、江記華隆(傳統肉類食品)。

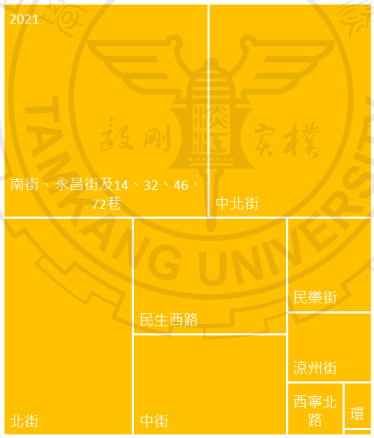


圖 3-3-10：2011 年至 2021 年街區的核心與邊緣區位(本研究統計繪製)

三、文化品味消費的集體情緒

南街的觀光服務匯集與空間、消費條件有關，永樂市場與城隍廟前廣場在假

化，以字母排列為 A：藝術畫廊（Art gallery）/B：精品店（Boutiques）/C：咖啡廳（Café），似乎隱喻字母的連結越多，受仕紳化影響更是清晰。這些新興商店街具全球化同質性，建築臨街面都有高級櫥窗取代傳統商店的廉價擺設。體現仕紳化標誌作用，其與廉價商店的老舊、混亂及髒亂意象區分。從生活模式的改變，也有現代藝術館及潮流酒吧取代毫無生機的舊店面，迎合人們對於舊環境與建築空間的美學喜好。從資本主義的生產看仕紳化，他是城市空間結構調整的一部分，並且與產業經濟調整有密切關聯（Smith,Neil，1982：139），同時和觀光產業有一定的關聯，仕紳化是城市更新過程動態的空間現象，其可能造成某族群的對立及抵抗（Smith,Neil，1996b：36）。本研究所指的商空化是全球化商業的商場模式之業態，具有消費選擇的重複性。

日徒步區實施後，成為市集經濟活動場域。「1920s 復古國際藝術節」遊街活動的文化行銷，在地組織的集體決策運作下，規劃城隍廟月老文化、中藥養生體驗(本草派對)及市場經濟美食活動，讓民眾透過文化品味的沉浸式體驗(immersive experience)，這也是一種文化鑲嵌作用帶動地方經濟活動的表現。北街為旅遊區帶的後端服務，匯集名產(手信)名店與設計服務業種，不過真正投入街區文化遺產修復與空間優化的建築師事務所在南街。其他的空間室內設計景觀設計業搭著文化品味消費意識落點在租金較便宜的街區邊緣。大稻埕旅遊化逐漸穩定，高檔裝修門面的精品店、咖啡廳、文創商店的進駐，顯示街區朝向全球化商店街發展，這個變化代表現代生活的消費主義影響傳統店家的在地服務機能。

城市行銷期建置的街區觀摩、體驗、學習、住宿與消費機能完整，南街與側巷在地方組織的政治性集體決策轉為文化品味消費空間。文創產業帶動精品店、咖啡廳、茶藝館、連鎖餐廳、飲料店等高檔門面裝修店鋪的進駐，霞海城隍廟月老信仰文化的國際觀光吸引，旅宿業者落點在街區邊緣。消費者認同地方文化而消費，成為市街觀光的參與表演者，形成文化品味消費的「集體情緒」(collective mood)，像是：路邊酒吧(圖 3-3-11)、店屋咖啡等等，形成町通文化復古老街的空間表徵，一種拼貼式的懷舊文化。中街至中北街還保有中藥及南北貨的專業服務，北街成為名產銷售的手信街，也是一種新的專業街，這個路段同時有觀光區空間軟硬體設施的優化設計服務機能。



圖 3-3-11：復古老街文化品味消費的「集體情緒」

參、傳統產業的韌性：中藥及南北貨

旅遊化後，大稻埕傳統產業仍有可持續性的地方服務機能，街區復甦初期的中藥街、南北貨街或布業街是地方集體記憶的再現。城市行銷成效反饋在觀光消費空間的區位擴張，象徵大稻埕成為市民休閒娛樂生活的復古老街。在消費主義的持續性商營概念下，街區面對 COVID-19 疫情的影響，維持產業韌性的是中藥及南北貨。COVID-19 疫情影響最嚴峻的 2021 年，為期數個月的警戒時期，筆者現身街區發現南街到中街的中藥行、南北貨等傳統店鋪照常營業。文創店及餐飲店等開放入內消費的店鋪幾乎都是店休，部分店家甚至結束營業。傳統店鋪的開門營業並非等待人潮，他們恢復傳產服務的專業性，提供盤商批貨。2021 年的端午節前，筆者現身街區見到零星散客來街採購過節食材，顯示即使傳統產業的再片段化，仍保有民眾認同的地方感，展現其產業韌性—可持續性(Sustainability)，尤其是中藥及南北貨業(圖 3-3-12)。筆者認為疫情期間，兩種傳統產業之所以維持營運，其主要的因素是他們保留傳統的商業經濟活動能力，也就是地方服務的功能。即使沒有觀光的人潮，同樣能夠恢復服務供應盤商批貨的經濟活動；更重要的一點是，傳統業者與地方(盤商與民眾)長期互動產生的信任或者依賴，所建構的社會關係基礎。這個社會基礎的外顯產業的韌性，其意義延伸就是文化鑲嵌作用的發揮成效。



圖 3-3-12：疫情期間的新舊產業的可持續性展現

肆、觀光產業生產擴張商空化區位

前面提到的地方傳統產業提供觀光服務業的餐飲業者原物料，證實文化鑲嵌的社會作用，將大稻埕歷史街區的傳統經濟活動，接上旅遊地文化觀光的產業經濟生產活動。過去的四大歷史產業，尤其是中藥及南北貨的經濟活動(服務固定的客群)，基本上沒有太大的變動。他們參與旅遊地的社會組織運作，透過供應中藥及南北貨食材給餐飲業，布料商行及茶葉商行有多提供傳統物資給觀光服務業或是文創產業，鏈結出迎合城市大眾生活的經濟活動—文化觀光經濟(圖 3-3-13)。此外，也有傳統產業優化店面空間的整修及陳設，成為觀光型態的商家店面，像是木器(圖 3-3-14)、米穀行(圖 3-3-15)、南北貨行(圖 3-3-16)及茶葉行(圖 3-3-17)，這些改變有的是經政府商業輔導有的是自行優化，不論轉型優化的管道為何，他們的經濟活動調整，都擴張旅遊地的區位，使得傳統區位呈現被壓縮的空間現象。事實上街區的傳統產業，並沒有因為旅遊化明顯消失，而是結合觀光產業生產的模式持續性的經營。

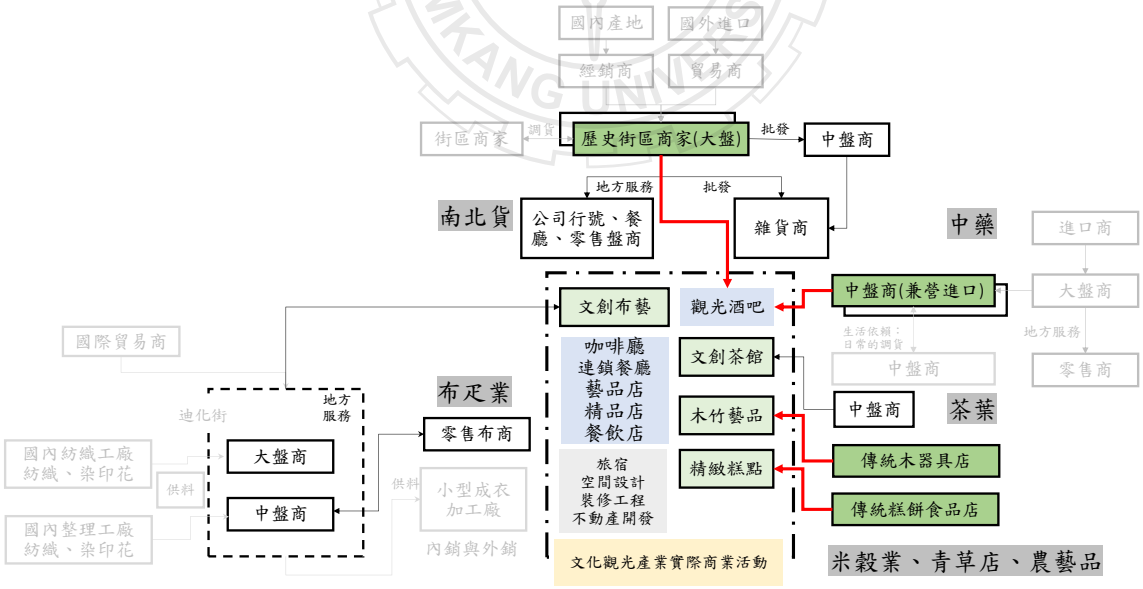


圖 3-3-13：傳統產業經濟活動嵌入大稻埕城市文化觀光產業生產模式(本研究繪製)



圖 3-3-14：轉型的木器行



圖 3-3-15：轉型的米穀店



圖 3-3-6：轉型的南北貨店

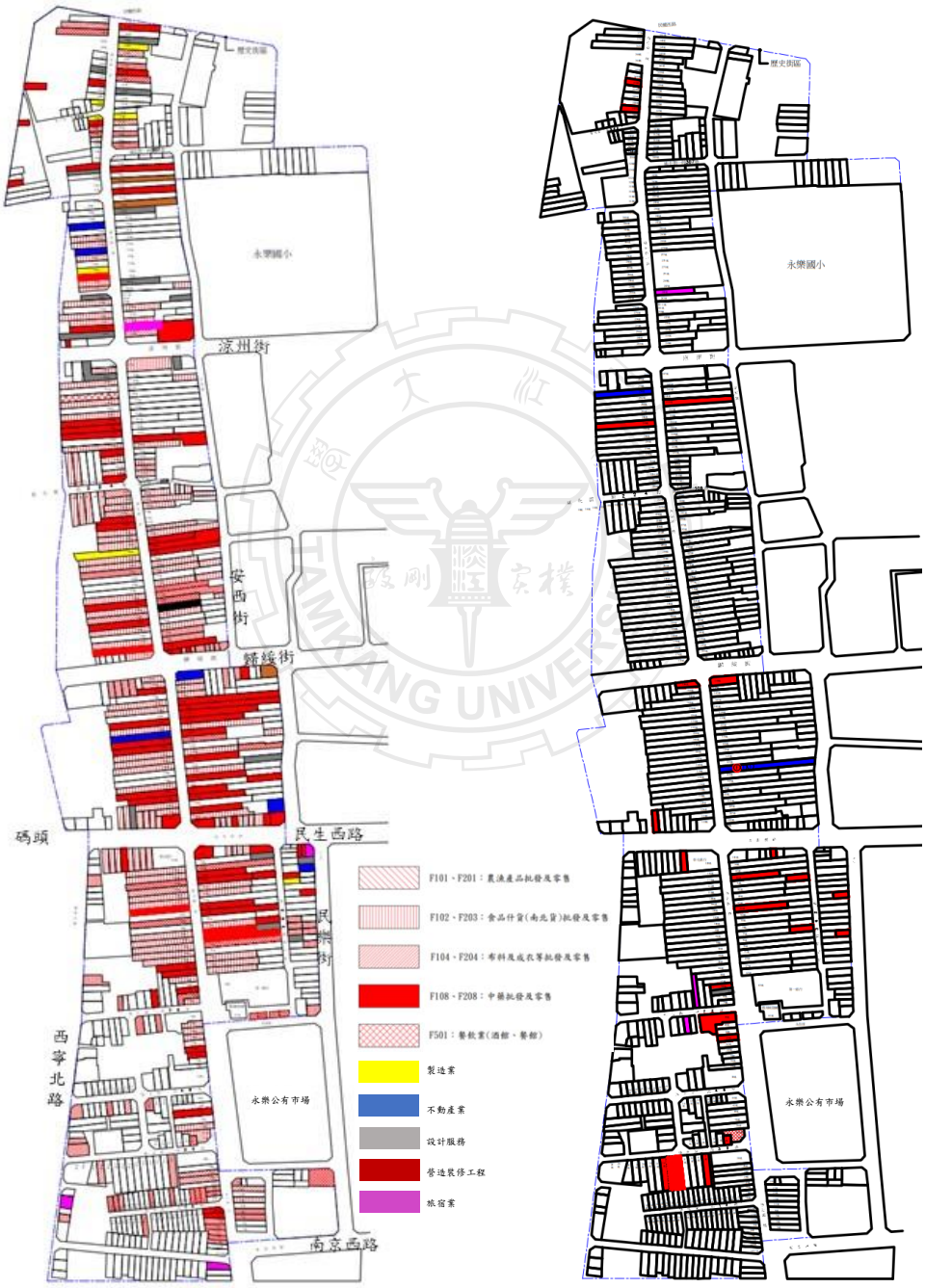


圖 3-3-17：轉型的茶葉行

伍、全球化、商空化觀光區位擴張的空間影響

這個階段的城市行銷帶動大稻埕觀光經濟的目的，使觀光資源得以平衡，增加人文、文化性質的觀光服務資源，進而改變空間結構。這個空間再結構的過程，街區主體的社會關係出現變化是主要因素，權利關係人之一的店主不再只是傳產業者，文創產業及連鎖餐廳、飲食店主及地方政府的加入，歷史街區導入文化觀光產業生產模式，在「生產」及「銷售」階段都有具體空間的使用需求，像是咖啡廳、餐廳，傳統專業街的空間破碎是這個進程的空間現象之一，但也顯現大稻埕旅遊地觀光資源的多元發展結果。南街與其側巷成為全球化的商店街，「中藥街」及「南北貨街」的地方性空間意象不再，北街也成為名產的專業街(圖 3-3-18)；綜觀之，觀光區的全球化及商空化(商場化)改變歷史街區的空間性是另一個空間再結

構的現象。筆者認為 2000 年至 2021 年大稻埕歷史街區的空間再結構是受到旅遊化觀光資源分配的空間實務影響，結果讓街區的店屋群從過去的獨立「上住、下店」商業空間單元，走向空間垂直化商場型態的全球化商店街；同時這個結果也是街區主體經濟活動，經由文化鑲嵌的社會作用，嵌入文化觀光產業的生產模式，對應市政府都市政策所提出的實際商業活動空間對策。



1 樓　　2 樓

圖 3-3-18：2011 年至 2021 街區實際的商業經濟活動空間(本研究繪製)

陸、空間位移：租金負荷迫使小型個體店鋪的遷離

調查發現以文化品味的美學[25]訴求的個體式文創工藝較容易出現空間的位移，據瞭解 2015 年至 2016 年期間，迪化街租金出現明顯的漲幅，傳統店鋪及個體布料行，或個人文創工作室等店鋪紛紛遷出主街，例如：2017 年，銀思卷工作室遷離迪化街，100 號的新東陽前身為百安堂也是屋主提高租金出現的店家遷移（遷至迪化街一段 116 號，2022.01.19 訪談）。2019 年的小時代寫真館從迪化街一段 89 後遷移至 14 巷 32 號；2020 年的 5 號佳昇布行遷至 46 巷 20 號，15 號的共同承租兩間布料店，星通布行遷至 1 4 巷 5 號，大圓圍裙遷至 32 巷 21 號；2021 年的 42 號上乾元中藥行因租金問題遷移至西寧北路。研究調查結果顯示，因租金上漲而離開主街的店家佔這個階段總店家數的 1.7%左右[26]，且都發生在核心區南街。圖 3-3-19 以房價中位數對比 2012 年至 2021 年市街的租金漲幅狀態，歷史街區的房價大致維持平穩，但是主街在 2015 年至 2016 年、2019 年至 2020 年兩個時間有較明顯的上漲跡象，對照前述幾個個體文創遷離主街的時間點吻合，印證掠奪式資本已進駐市街(康旻杰，2012：231)，抬高租金擠壓沒有政治參與權的個體。

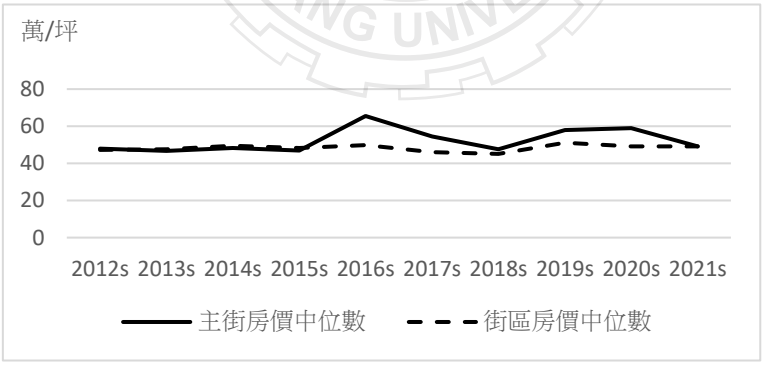


圖 3-3-19：2012 年至 2021 年主街與歷史街區內的房價中位數(本研究統計繪製)

當全球化的觀光文創商店街存在特定的資本體制，不管是傳統店鋪或較早先進駐的個體文創店鋪，在文化企業資本加入市街習慣性互動的社會群我關係之後，

[25] 歷史文化品味及建築空間美學形成產業競爭區位，駐店者透過室內陳設材質、色彩計畫體現對消費者品味要求的掌握（Zukin Sharon Philip Kasinitz， Xiangming Chen，2015）。

[26] 這個數據是推估值，筆者要強調的是因租金上漲導致個體店鋪被迫離開主街的比例並不高。

新世代文創產業植入文化想像的商品化空間場域後，相對受到經濟活動的限制。

2017 年亭仔腳工作室負責人採訪遷離迪化街的文創業者[27]就直接指出個體工作室在高租金的迪化街文創市場很難生存，特別是不合理的租金漲幅。已離開街區的銀思卷工作室負責人提到：「**工作室進駐迪化街的 2014 年是大稻埕文創產業成長階段，進駐初期時，屋主始終不願簽長期合約，直到 2017 年一次大漲租金，工作室被迫遷回永康街。負責人表示加入藝埕還需要被抽成，對我而言，就像是在百貨公司裡租一個櫃位。沒有藝埕系統的資源，雖然難以租到理想店面，但他仍從未考慮加入。世代群股份有限公司總監對此回應，他們選擇發展「街區公司」的獨特模式，主要由世代群為首，邀請屋主、在地店家、新創品牌等利益相關人入股，因為屋主加入後，租金的提升代表公司的獲利會減少，而可進一步降低屋主調漲的誘因，便能避免高昂租金造成的負面結果，讓大稻埕仍可對文創工作者保有友善的創業環境。**」延平北路二段的中藥行負責人也說：「**那時候的屋主之間已經相傳要在迪化街建立租金的指標，營造城市文化經濟振興的大環境，要合理的提高租金。也就是說屋主們不希望有少數人不提高租金，成為抬高租金的阻礙。**」據瞭解有影響性股權的店屋所有權人極少，故租金主導權非在原權利關係架構。

據瞭解，以主街南段為例，單棟店鋪租金在 2010 年約 10-12 萬左右，至今已逾 20 萬，漲幅接近兩倍。結果導致個人工作室被迫離開主街，那些採取簡易式陳設的文創業者清楚理解主街（尤其是南街）是高度競爭的文化品味消費熱區，陳設預算絕對是應付高租金的成本考量，顯示在街上處於租賃關係的底層業者，根本沒有自我創造福利的權利。迪化街經歷城市衰退到再生週期的開始，他的復甦帶有政治因素，眾多認同的市街成功復甦關鍵是文化品味消費建構的城市意象體—復古懷舊街道的文化商店，比起以往更受歡迎，吸引更多文化群體加入，來帶租金的高漲，結果造成經濟條件不足的店家被迫遷離，在市街形成社會分化。

[27] 網路文獻：邱方廷，2017，實現不了的文創夢？從大稻埕看創業者困境，https://ntureporters.wordpress.com/test。

因此筆者認為租隙效益(rent gap)的確是街區的迫使個體店家離開，形成空間位移的主因，其因是屋主們認為店屋經修建提高的文化品味及空間美學的內在價值(Intrinsic Value)，是租金設定的潛在條件，所以在這個情況下，街區的店面實際租金，往往就高過潛在租金 (Smith,Neil，1996d：188)。我們暫時沒有直接的數據可以和 2000 年李承嘉的調查結果，比對租隙是否再拉高。但從可掌握的租金實價登錄資訊，顯示街區實際租金分布狀況，在核心區的南街與側巷，住屋與店面的租金也有明顯的差距，研判街區發生租金驅離店家的說法，應該是權利關係人對於文化內在價值的認定，拉抬個案的租金造成擷取小幅度的空間位移。

柒、街區主體年輕化與社會人口結構變化的事實

觀察近年南芳、大有、永樂三個里的人口結構，在 2018 年以前沒有顯著的起伏變化，2019 年以後皆出現設籍人口數下滑（圖 3-3-20）。再對應到大同區整體人口變化時，三個里的人口並未見有不正常的變化（3-3-21），而且人口老化指逐年再攀升（圖 3-3-22）。我們在主街看到的年輕化，有兩個因素，一是家族執事人員的年齡層下降，這是世代交替的過程。一切傳統產業由年輕世代主導營運，大多加入網路電商平臺的行銷，另一種是文化公民群體的進駐，像是南街側巷的工藝創作小型業者，街區主體的年輕化塑造舊市街活絡的景象，這也是一種城市「仕紳化」出現的方式（Gert-Jan Hospers，2014：127）。

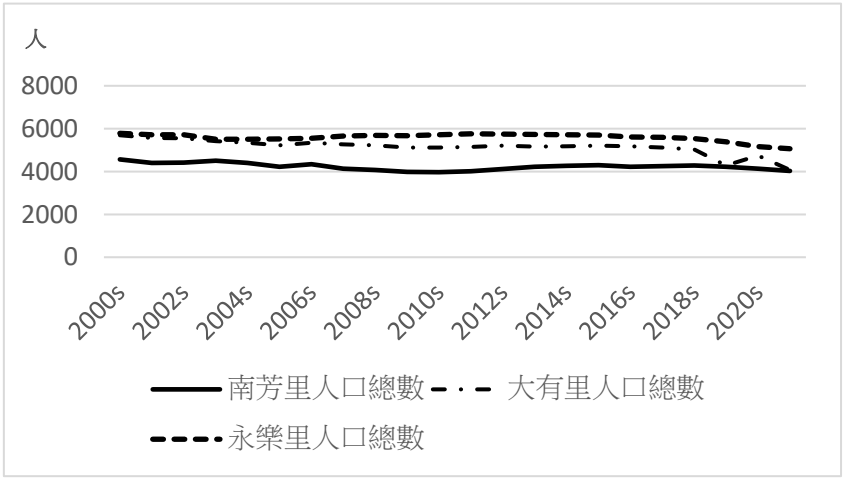


圖 3-3-20：2000 年至 2021 年南芳、大有、永樂等三里人口變化（資料來源：臺北市主計處統計資料庫）

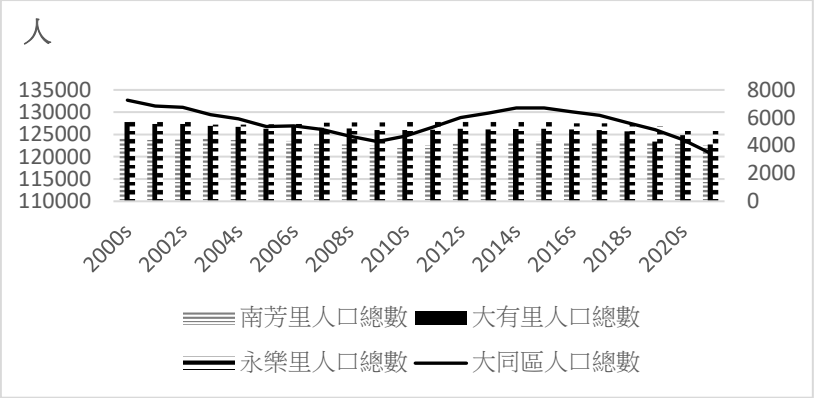


圖 3-3-21：2000 年至 2021 年大同區總人口與三個里的人口變化（資料來源：臺北市主計處統計資料庫）

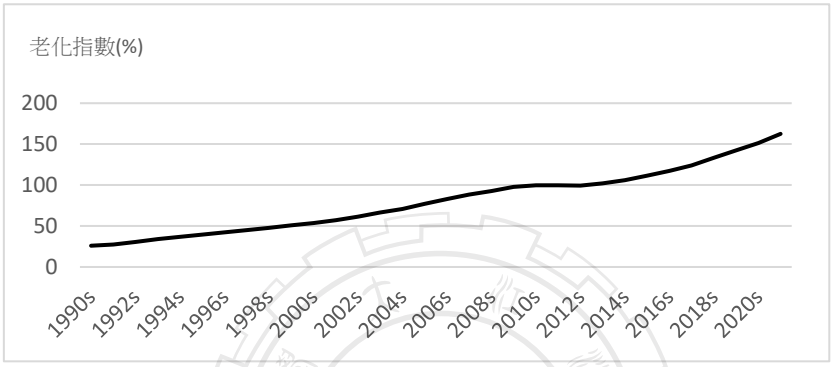


圖 3-3-22：1990 年至 2021 年大同區人口老化指數（資料來源：臺北市主計處統計資料庫）

捌、旅遊地趨向現代化生活：觀光商空化的區位擴張

歷史街區的商空化在城市行銷的推助之下，主街的四個路段及民樂街、安西街開展許多餐館及咖啡廳；再對應經由實價登錄資訊整理的 2011 年至 2020 年的租金分布狀況，全球化商業空間較密集的核心街區(南街及側巷)的店鋪及住屋租金都是較高的級距(圖 3-3-23)，研判除了前面提到店屋建築修復後的內在價值成為街區店面租金抬高的潛在因素之後，外在環境的影響最大就是交通的便利性，2014 年捷運北門站啟用之後，帶入一定的觀光消費人潮(圖 3-3-24)。從 2016 年以後的大稻埕旅遊服務中心及霞海城隍廟的旅客人數統計，也能夠瞭解到交通條件的作用的確影響旅遊地的人潮聚集(圖 3-3-25)。城市行銷與交通便利性等環境條件，更穩定南街的街區核心區位角色，餐廳及飲料店、咖啡廳幾乎集中在南街；夜間觀光服務的酒吧及旅宿等機能，都分布在街區的邊緣地帶，卻大稻埕旅遊地發展至今，已體現城市的現代化生活政策目標(圖 3-3-26)。

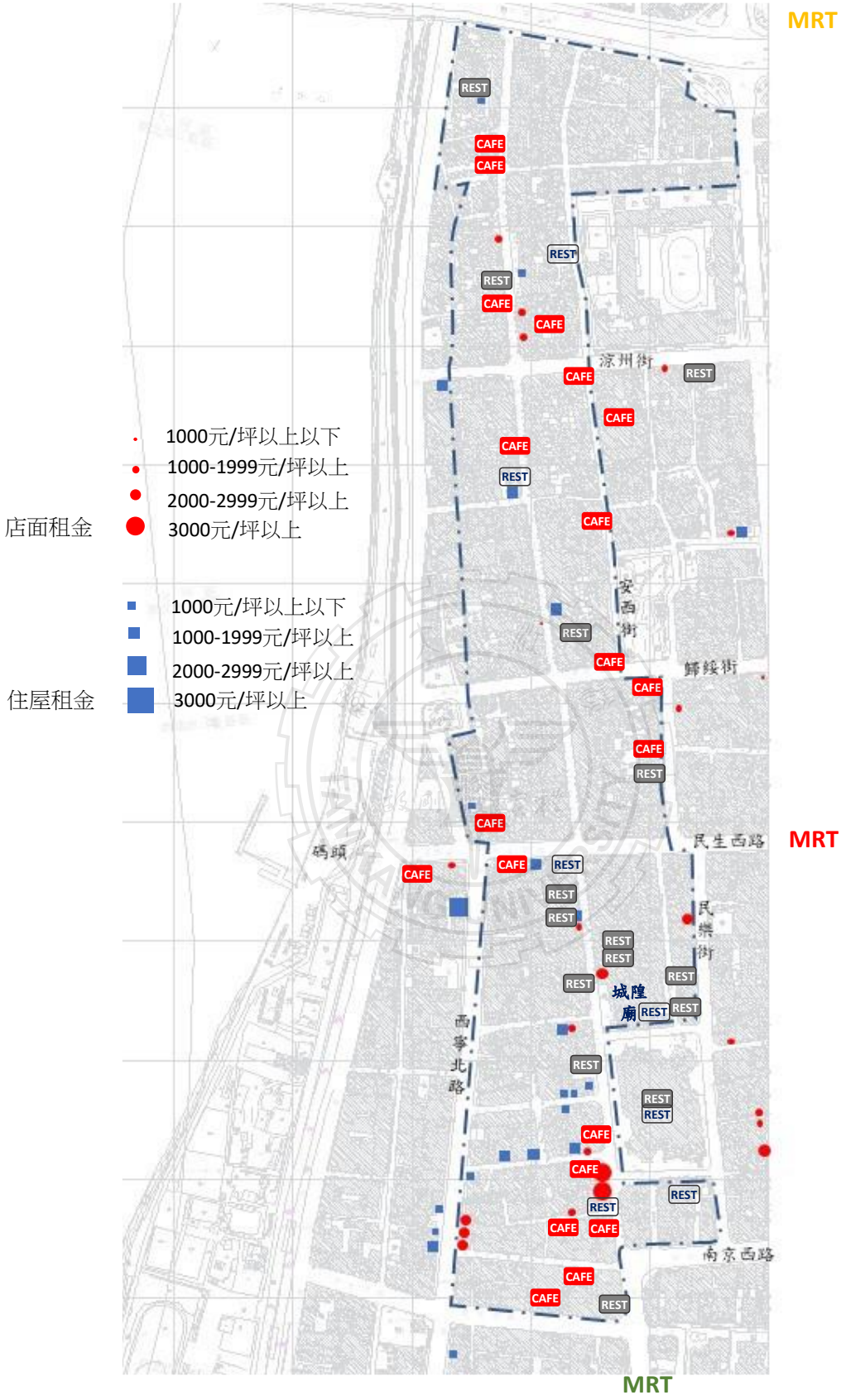


圖 3-3-23：城市行銷時期的日間觀光服務機能與租金級距(本研究繪製)

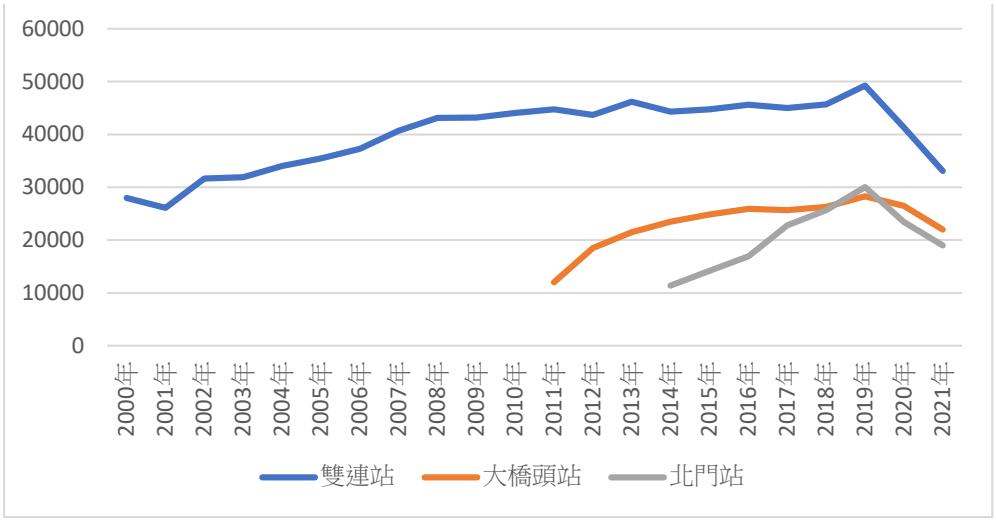


圖 3-3-24：雙連、大橋頭及北門捷運的人流(資料來源：臺北市政府捷運局統計)

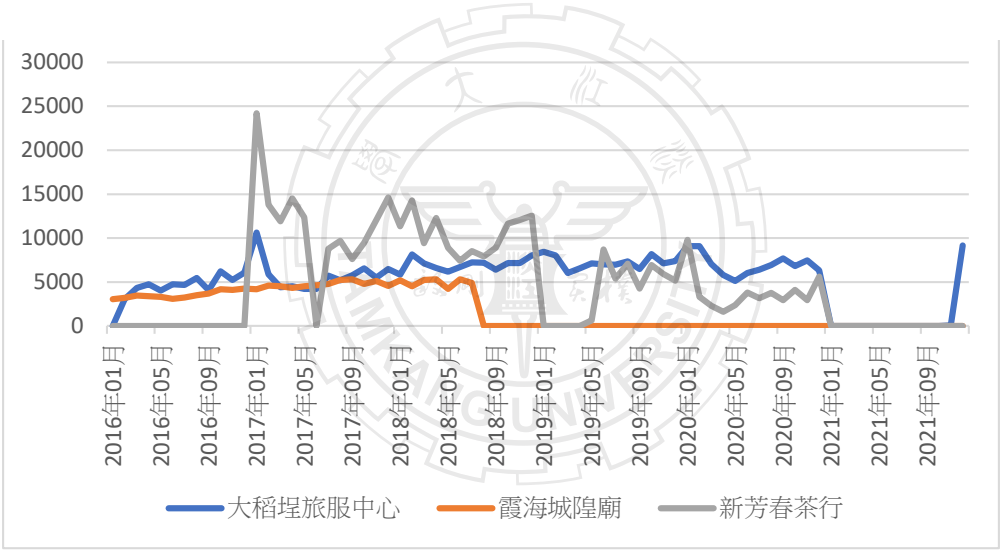


圖 3-3-25：歷史街區觀光人潮（資料來源：臺北市主計處統計資料庫）



圖 3-1-26：城市行銷時期的夜間觀光服務機能(本研究繪製)

第四節　小結：歷史街區空間再結構的因素及影響

壹、大稻埕旅遊化的政治性空間生產：城市現代化生活的公共場域

「臺北市大同區大稻埕歷史風貌特定專用區」為大稻埕開展旅遊觀光的市政府都市計畫政策空間實務結果，在研究背景的鋪陳，筆者試著以「我愛迪化街運動」之後，大稻埕朝向城市觀光產業發展，將研究課題帶向旅遊化的空間再結構進程，並聚焦在政治性的空間生產討論。結果發現大稻埕的旅遊化以創造城市現代化生活場域為目標，經由階段性的公私部門及社會組織的集體決策(collective decision)，構成具有政治性的城市旅遊地。

2000 年的首版細部計畫以專用區內的市街風貌保存，傳統產業護育為政策核心；此外，在土地及建築物使用許可項目，已能見到觀光服務的旅宿、飲食、食品零售等。筆者認為因應國家的實質空間政策，第一階段的歷史街區恢復專業分工的實際空間，兼營城市休閒觀光服務，象徵大稻埕的地方經驗與集體記憶的再現。不過，這樣的歷史產業復甦，就城市觀光產業的發展而言，偏向傳統產業商業資源的行銷觀光，就旅遊地的發展而言成效有限。

2010 年的 127 公店經驗是街區保存及店屋修建邁入 10 年後，決策方思考觀光資源發掘的必要性，結合學界的設計專業探勘人文與文化的觀光資源。這個街廓空間再生的經驗價值在於店屋空間的公共性定義修正，扮演文化鑲嵌的空間角色，從地方服務的商業店鋪的公共商業場域，提升為確保市民公共利益的城市公共生活場域，店屋的去隱私性，對外空間開放，以及做為穿越街廓的空間性改變，提供人們欣賞店屋與市街的新視域，這個住民生活日常的空間商品化成為文化觀光資源的基礎，並且帶動街區內的咖啡廳、茶藝館、餐館等休閒觀光資源業種往垂直化的空間發展。

2011 年小藝埕文創業種進駐街區，已有明確的文化旅遊化導向，而後 201 5 年「大同再生計畫」和「臺北造起來」商業輔導計畫等行銷政策，直到 2018 年的細部計畫的修正，才指出城市行銷是該次計畫修正的目標之一，顯示地方開展文

化旅遊的步調走在政策之前，這是商人的商機預判文化特質的表現。此階段歷史街區內的營業店家數量明顯增加，代表地方與市政府共同建構的旅遊地發展獲得城市市民的認同。但是在這個階段的可視化圖資，我們看到街區傳統產業的專業分化，核心區路段營業項目呈現「混用」的狀態，使得前期復甦的傳統產業專業街再度出現空間片段化（Fragmentation）。

筆者認為「旅遊化」成為第二階段細部計畫的政策核心，實踐國家構想的大稻埕做為城市市民同休閒生活的公共利益目標，觀光資源的多元發展便成為政策實質空間實踐軸心，此時的土地使用分區的營業樓層限制取消，127 公店的經驗首先複製在小藝埕，而後帶起街區店屋商業空間的垂直化發展，是街區主體因應文化觀光旅遊政策採取的空間對策。店屋空間垂直化之後，可容納更多不同特色的店鋪進駐，傳統歷史產業店鋪比例自然被壓縮，也就出現過去的中藥街、南北貨街演變為商業混用狀態，表示旅遊地文化觀光經濟區位擴張，帶來全球化及商空化的實際商業活動空間。

時空拉到 2023 年上乾元中藥行舊址，已經有全球化的便利商店進駐，店鋪內已經不見傳統店屋商業的空間性(圖 3-4-1、圖 3-4-2)，顯示歷史街區內的空間再結構過程是持續性的，全球化及商空化也是處於持續的動態。這個案例在街區可能成為常態，代表著街區主體與地方組織的集體決策之社會作用運作正常。



圖 3-4-1：上乾元中藥行改為便利店

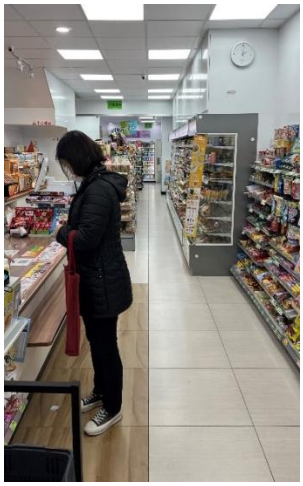


圖 3-4-2：便利商店不見傳統店屋商業的空間性

貳、觀光區位擴張、租金影響與社會基礎調整之關聯

大稻埕歷史街區成為這座城市的公共空間，做為市民文化教育、休閒生活的開放場域，「旅遊化」是這一波城市進程的空間再結構的背景因素，實質的空間改變與三個社會基礎轉變動有關，由上而下的社會層次依序看到的是：(一)面對城市的現代生活需求變化，大稻埕旅遊地提供試市民休閒生活機能；(二)街區主體經濟活動的社會基礎調整，創造改變城市生活的可持續性；(三)最後文化品味消費價值拉開租金差距，造成空間結構的調整。這個轉變的影響層面有三：

一、改變傳統店屋的空間使用型態

在傳統店屋的「上住、下店」空間型態改變後，傳統產業店家的生活日常因應服務觀光，進一步有所調整，中藥、燕窩業者在騎樓設花車販賣商品，是街區專業服務的短暫分化，有時間性的空間現象；也是商店街常見的因應環境變化，為維持商業活動能力的商業行為。

二、新舊經濟活動鏈結擴張觀光產業區位

街區主體的社群結構改變，屋主對店屋使用看法的調整，讓傳統的店主身份出現改變；文化鑲嵌作用成為新的店主導入市街商空，取得屋主信任的經濟策略。因為文化認同及經濟活動理念的接近，加快旅遊地的觀光商空區位的擴張。

三、傳統產業新一代執事的旅遊產業環境的適應

另一個區位擴張的因素，是屋主的家族執事年齡層降低，自我調整經濟活動型態，街區社會的轉變過程。

參、文化品味消費之內在價值引起空間位移

Katharine N. Rankin(2015)觀察的商店街，經濟實力決定生存空間，從此觀點來看大稻埕的歷史街區旅遊化商業經濟活動，商業區的店家汰換，只是社會機制的運作結果。經濟實力無法突破競爭者必然離開，自由市場的再一次空間清理，迎接下一波的競爭，這是新自由主義(Neo-liberalism)市場的現實情況。所以，對於

街區店家的離開，筆者認為他屬於商業經濟活動內，仕紳化的汰弱留強[28]現象。

歷史街區是城市的遺產，城市文化風格的展現，他的仕紳化只是另一種資本主義擴張的姿態，正如鄉村仕紳化（Chiara De Cesari & Rozita Dimova，2018：6）。「仕紳化」是公共政策的積極對策的結果，城市品牌塑造的工具，但卻在社會底層產生極度負面的影響，導致人口流離失所，群體隔離以及在地文化的抹煞（Florida 2017；Herzfeld 2006；Chiara De Cesari & Rozita Dimova，2018：2）。在大稻埕，2010 年的都市再生運動為去專門化後的衰退市街打造活化的空間脈絡（主街與側巷、鄰街的連通），整修建築立面與優化空間，塑造文化消費的觀光旅遊亮點。在國家文化創意產業政策主導下，2011 年起文化創意產業陸續進駐迪化街，店鋪空間不再需要傳統勞動加工及住居機能，空間完全對外的開放使用。

城市的舊街區發展文化旅遊，新舊經濟活動的連結及街區主體互動調整的新的社會基礎，似乎有一個潛在的準入機制(取得屋主們的認同)可以更深化街區的租隙效應。筆者認為這個機制有助於維持大稻埕旅遊的的品牌形象，只是權利關係核心對於文化品味及空間美學的內在價值做為租金級距的認定標準，結果造成南街的空間位移現象，顯示出商業性質的仕紳化出現在街區。這個空間定位結果證實 Smith,Neil 認為旅遊化生成仕紳化的說法，並且也能印證他說仕紳化現象在城市空間再結構歷程，只是一部分社會關係不可復原的改變論點。這裡也可回應李承嘉對於大稻埕租隙效應說，我們的確看到這個效應造成的空間再結構狀況，且實際造成租隙效應，拉開實際租金的因素是權利關係人對店屋建築空間的文化內在價值認定結果。

[28] 打造大稻埕 1920 年復古國際藝術節是文創業者結合地方組織集體決策的沉浸式文化消費體驗，歷史街區是消費者認同地方身份的文化品味消費場域，連結觀光的觀摩學習教育意涵，最後，我們在歷史街區的活化再利用見到新的象徵空間—町通文化的復古老街。

第四章　大稻埕城市仕紳化：可持續性之空間對策

第一節　街區商業經濟活動之仕紳化與大稻埕新城市前沿

壹、店屋空間之垂直化及流動性：住民隱私空間的消費經驗

一、都市設計機制打開店屋的空間開放性

2000 年「大稻埕歷史風貌專用區」通過初期，許多頹廢店屋因產權複雜，權利關係人的權利主張干涉，無法展開修復，容積移轉政策（TDR）加速店屋的保存修復速度，同時也造成部分屋主獲得發展利益後[1]離開大稻埕。從容轉政策的作業要點修正發現店屋從隱私性明確的空間原形轉為公共空間的起點。依據 2018 年修正的「臺北市大同區大稻埕歷史風貌專用區的都市設計準則」（PP.47-66），第 11 條「**歷史建築及歷史性建築物核發使用執照及開放使用規定」的新增規定提到：「為確保建築物如實修復完善，新增建築物核發使用執照辦理流程。增訂修復後得依審議通過形式開放對外參觀，強化街區推廣。**」這項建置文創產業營運空間「對外開放」的安全規範，讓市街店鋪空間轉向連接全球化商店街的空間特徵—公共性（publicity）形成觀光商店街基本區位條件。另外，當年都市設計團隊提出保留大稻埕迪化街店屋立面與騎樓連續性，第一進商業活動型態，但不再限制第二進以後的空間使用，提出的是空間隱私的解放。對於傳統專門批發產業的生存，建議評估其社會教育及旅遊的經濟作用（喻肇青，1990：139）。

大稻埕的市街風貌是臺北都會可辨識的城市文化意象[2]，1988 年的城市文化保存運動留下市街的歷史風貌，歷經店屋修建與城市行銷，推廣國際觀光旅遊至今的 20 餘年，「商人文化博物館」可以說是大稻埕的旅遊品牌化基礎。這個旅遊地

[1] 此部分必須實際訪談，才能知道具體因容積移轉獲利後，離開歷史街區的戶數。這樣的遷移是否可定義為仕紳化效益影響結果，擬後續再蒐集文獻分析，進一步論述，本研究暫未納入議題。
[2] 舊市街是城市遺產，城市文化風格的展現，他的仕紳化只是另一種資本主義擴張的姿態，正如鄉村仕紳化（Chiara De Cesari & Rozita Dimova，2018：6）。

的品牌化過程，我們從社會基礎的調查，產業經濟活動與空間結構變化的分析，看到全球化時代[3]的城市經濟符號—排斥社區的觀光型商店街[4]（Zukin Sharon，2009：47）已經導入街區，並且因為街區主體的消費主義意識形態加大主街店面租金的差距，造成落點主街的傳統中藥名店以及小資本個體店鋪，遷往租金較能負荷的鄰街及側巷。筆者認為這種空間現象是大稻埕旅遊品牌化的過程，街區的空間商場化—文化聚落，系統性的文創店鋪，還有傳產與觀光餐飲業的經濟活動連結等社會基礎改變，排擠對旅遊品牌形象無關聯的店鋪，是一種商業經濟活動改變下的仕紳化現象。

二、文化創意產業導入街區經濟活動—商場式文創聚落與店屋商業空間的垂直化

2002 年，國家透過「文化創意產業發展計畫」尋找在地文化特色產業，振興產業的經濟政策（柯一青，2016：12）。在「文化是好生意」的命題下，大稻埕創意聚落成為國際觀光熱點（殷寶寧，2016：29）。南街與中街是目前保留傳統產業較為密集的路段，中藥行、南北貨等店鋪基本上維持早期的單向租賃關係，僅開放第一進與騎樓空間做一般的零售，其他空間不對外開放參觀，店鋪內維持一般營業陳設，沒有優化的裝修（圖 4-1-1 至圖 4-1-3）；另一種單向契約的店主營運的是傳統產業優化後，接近文創產業的模式，店鋪有一定程度的裝修（圖 4-1-4）。共同承租的案例原在南街的 87 號的自由戀愛咖啡館(一樓)及小時代寫真館(二樓)，於 2019 年變更為婉藝埕，目前主街尚有共同承租，分用前後進空間，打破過去前店、後工的公私領域平面配置，擴大店屋空間的公共性。

[3] 全球化時代的特徵在於外來移民的遷入，城市內（空間結構範圍）的物質空間優化，提升環境品質以及仕紳化，卻也出現嚴重偏頗的社會隔離和兩極分化（Grzegorczyk Anna，2012：45）。

[4] Zukin Sharon 從新興零售業與社區變化關係的角度，蒐集研究檔案及數據資料，實地訪問店家做語意分析，據以研究紐約精品店與仕紳化現象。他提到 1970 年左右，城市出現的高級餐廳、咖啡廳和精品店，是外顯的仕紳化標誌。1990 年以後，小型地方連鎖店及大型企業投資的連鎖店面，大幅壓縮傳統商店的生存。政府部門、公眾媒體及民營化組織皆視精品店為地方振興，經濟復甦的象徵與代言人，結果徹底擠壓長期在地的底層居民（Zukin Sharon，2009：47）。



圖 4-1-1：60 號生記中藥行



圖 4-1-2：78 號聯盛蓼藥行



圖 4-1-3：84 號萬安堂



圖 4-1-4：69 號埕米峰

2011 年起，世代街區股份公司在迪化街向屋主承租店屋，以產業輔導的方式轉租給文創業者，其扮演仕紳（gentrifier）角色導入大稻埕的再生可能，最先是小藝埕（屈臣氏）做為臺灣物產創意商品的集結據點，依時序後續有民藝埕（2012 年）、合藝埕（2013 年）、眾藝埕（2013 年）、學藝埕（2014 年）、聯藝埕（2014 年）、青藝埕（2015 年）、周藝埕（2017 年）、鄉藝埕（2019 年）、婉藝埕（2019

年）等，以地方傳統文化認同為文創核心產業據點建置於主街的南段、中北段及民樂街，轉向租予個體文化公民(cultural citizen)，或是經營復古服飾租借(圖 4-1-5)，或是文創產業商品（圖 4-1-6），都能算是延續 127 公店的文化鑲嵌社會作用，做為街區新舊產業經濟活動鏈結的空間角色。這些文創店鋪再連結工藝精品店（圖 4-1-7）、書店（圖 4-1-8）、咖啡廳（圖 4-1-9）及表演劇場等，在市街形成商場型態的文化聚落網路連結；單棟建物內部的空間因轉租分用，形成店鋪的商業性空間垂直化，試圖徹底活化店屋建築的每個角落空間（4-1-10），文化企業主成為使用權人，再結合所有權人（入股）打造的文創商業模式，逐漸結構出私營化的復古老街。



圖 4-1-5：婉藝埕—復古服飾租借店



圖 4-1-6：合藝埕—文創商店



圖 4-1-7：民藝埕—精品工藝店



圖 4-1-8：小藝埕書店



圖 4-1-9：小藝埕二樓爐鍋咖啡廳

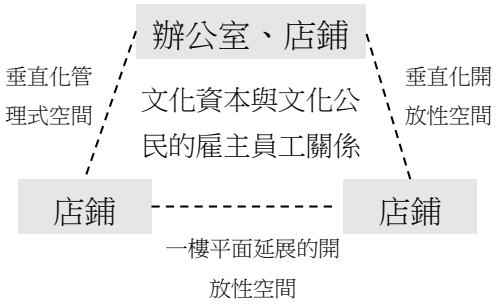


圖 4-1-10：店屋去隱私的空間垂直性 (本研究繪製)

小藝埕進駐地方，大稻埕文創產業出現系統性配置，有些所有權人維持單向契約的租賃形式，又或者分租方式，將店屋出租給傳統產業或是個體文創業者；有的全棟出租給世代街區公司，再轉租給個體營業單位，大多數是旗下的子公司，他們以連結地方資源、產業元素、文化認同為前提發展文創經濟活動。單棟店屋分租給數個營運單位，店鋪商業性的平面空間改變為垂直化，相較前面提到的公共性延伸至第二進工坊改做商空的店屋，其空間的開放性和公共性更為全面。

傳統店屋空間的原有商業、住居及工作機能，在過去少有共同承租的商業使用情形。因此市街兩側的店屋商業空間，通常僅在第一進店鋪及騎樓。據筆者調查，店屋修復的市街護育時期，已經出現辦公室設在二樓，但僅為少數個案。城市行銷時期的商空垂直化就明顯發生在南街。實際調查，這主要是文創業者進駐轉租使用的空間結果，傳統店屋商業活動型態因此改變。店屋空間隱私及視域體驗成為文化觀光的商品化對象，咖啡廳、茶藝館、餐廳等觀光休閒服務機能，多往上方樓層落點，地面層店鋪通常是營收較高的精品店、藝品店，有租金高低的樓層界定，在舊街區的商業空間的垂直化對應店家經濟能力，亦為商業仕紳化現象（Smith,Neil，1996b：36）。文化企業主在城市行銷時期，扮演整合街區文化觀光資源的仕紳角色，使得街區轉為機能較齊全的旅遊地，獲得國際觀光客認同的評選結果便是大稻埕旅遊品牌化的見證。

筆者認為街區的商業空間垂直化主要因素是權利關係架構的改變，出現轉租型契約，新的使用權人—轉租型店主的文化聚落商場建置理想，結構出有別專門化批發市集的的自由市場區位，一個以文化經濟活為核心的商場模式，衍生店屋上方樓層及二進以後空間的商業性。

三、店屋空間的流動性

文創產業聚落的商場式商店街概念就此成形，並且結合在地組織，透過集體決策打造城市的公共開放空間─徒步區連結全球化城市（張雅銘，2022：B9），迎合消費主義的城市文化經濟潮流。這些文創空間少有複雜的設計裝修，只是陳設布置，滿足基本的營運設備機能，突顯另一個全球化商店街空間特徵─流動性（mobility）。

空間的流動性特徵另外表現在傳統店家前方騎樓的商品花車(圖 4-1-11)，店員的活動延伸出騎樓(圖 4-1-12)，這個空間的店員站出店面服務觀光的現象正是辨識傳統中藥、燕窩及南北貨業者暫時性的專業分化的依據(圖 4-1-13)。他代表一種店家自覺性的調整生活日常，擁有經濟能力，可以選擇參與觀光的服務，販賣觀光商品。「資本額度」是公司經營能力的象徵，大稻埕的街區主體多有一定的經濟自主能力，兩個時期在主街的店家資本額平均在 100 萬至 500 萬(圖 4-1-14)，南街─中街及北街兩個區帶擁有 500 萬以上，甚至數億資本的店家分布較密集，多半是中藥、南北貨及茶葉的傳統業者。兩個位置的傳產店鋪都有提升店面裝修質量，例如：南街的中藥店及北街的名產店。



圖 4-1-11：店員活動延伸至騎樓



圖 4-1-12：南街中藥行騎樓的商品花車



圖 4-1-13：傳產服務觀光的暫時性專業分化

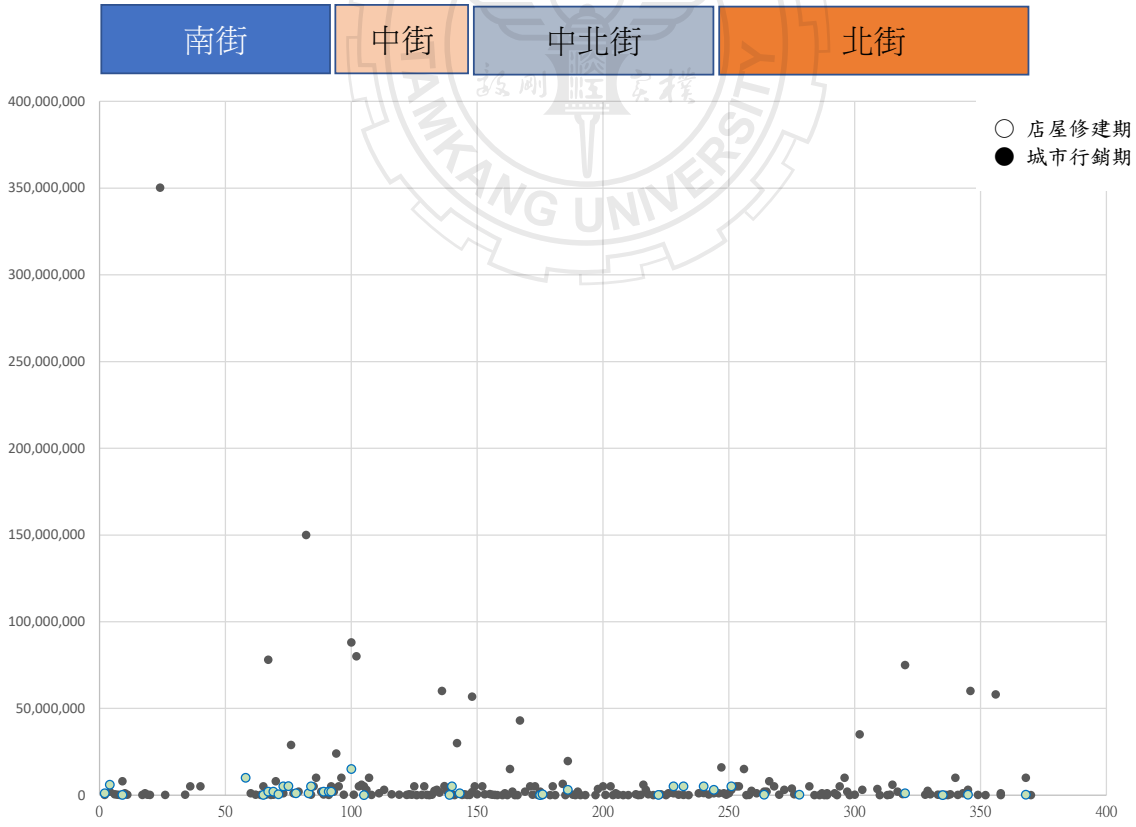


圖 4-1-14：兩個時期的店家資本額分布狀態(本研究統計整理)

透過街區業者在社群媒體發表或接受媒體訪談專文的文本分析，發現他們對大稻埕發展觀光理想的表達有一定的文本架構，首先會先提到他們對於街區的地方認同，熟悉店屋商業文化底蘊脈絡，提出傳統產業生存的困難處境，面對城市經濟體質的改變，促使他們必須思考改變經營的策略，在可持續性的需要下，決定兼營觀光區的大眾服務，最後發表文化商品化的產業永續經營理念。

旅遊化後的大稻埕的城市文化保存與產業經濟振興歷程，街區因全球化商業空間的擴充，壓縮傳統產業的服務機能，核心區多數的中藥行及南北貨業者加入兼做觀光服務，體現城市仕紳化的「分化」形式，筆者嘗試將此分化定義為一種暫時且可復原的狀態，他是發生擁有經濟自主能力的資產階級群體，他們提升店面的裝修質量，中藥業者與南北貨業者的群體分化並非絕對的強烈而無法修復 (張雅銘，2023)。

筆者嘗試記錄主街兩側店屋空間的使用，將其分為：傳統產業(歷史業種)與觀光產業(觀光業種)兩種商營空間狀態，發現南街的傳統店家前方騎樓普遍設置商品花車，少數兩三家未參與觀光服務。服務觀光的店面開放民眾進入消費，體現店屋商業空間的公共性平面化的延伸。兩種空間都因為可隨時地移除家具陳設，具有流動性(圖 4-1-15)；中街的空間性發展與南街大致相同，不管是中藥行或是南北貨，前方的騎樓都擺設商品花車(圖 4-1-16)，但是中北街以北，或許因為店家分布的密集程度不及南街，空間開放的流動性並不明顯。

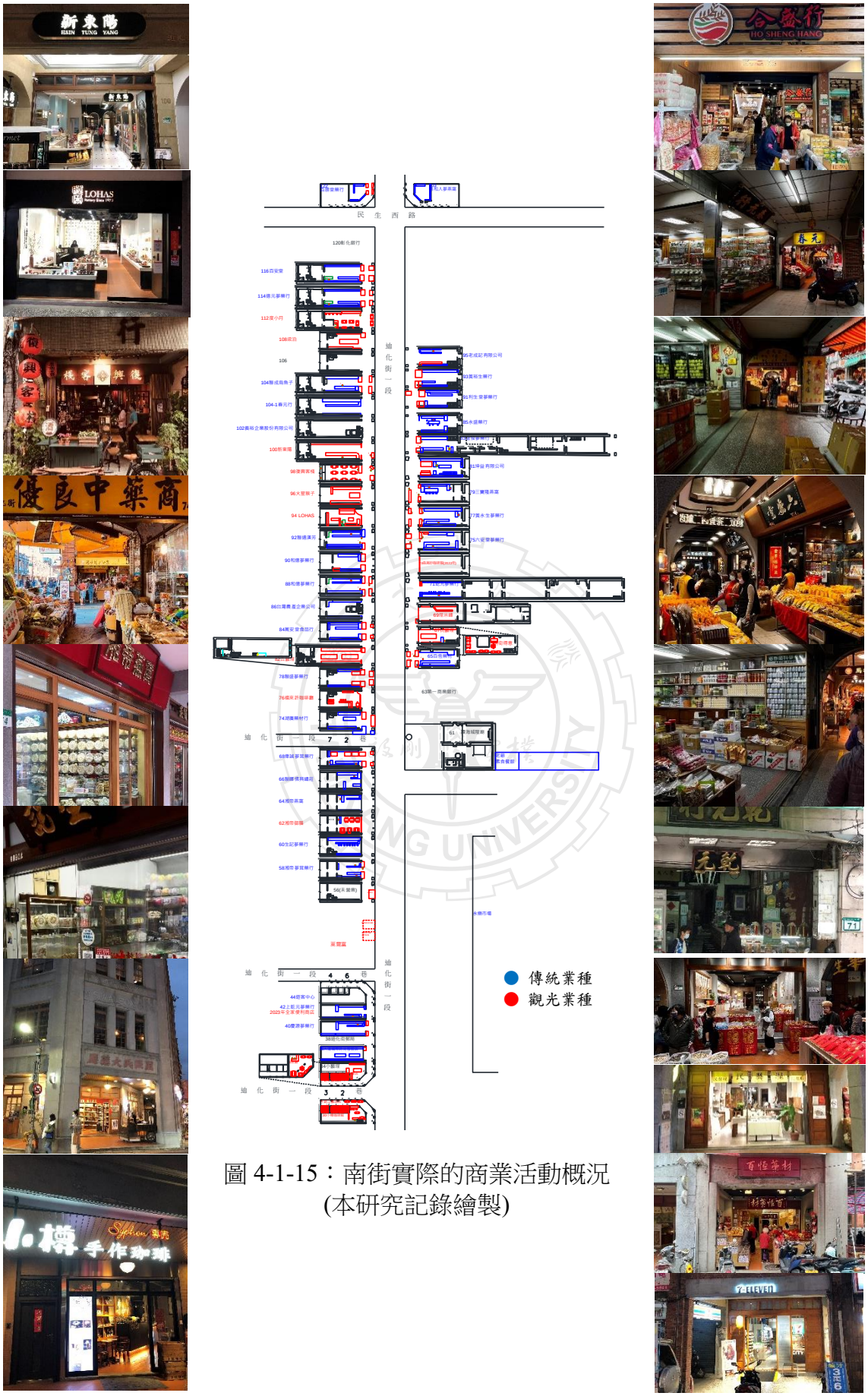


圖 4-1-15：南街實際的商業活動概況
(本研究記錄繪製)

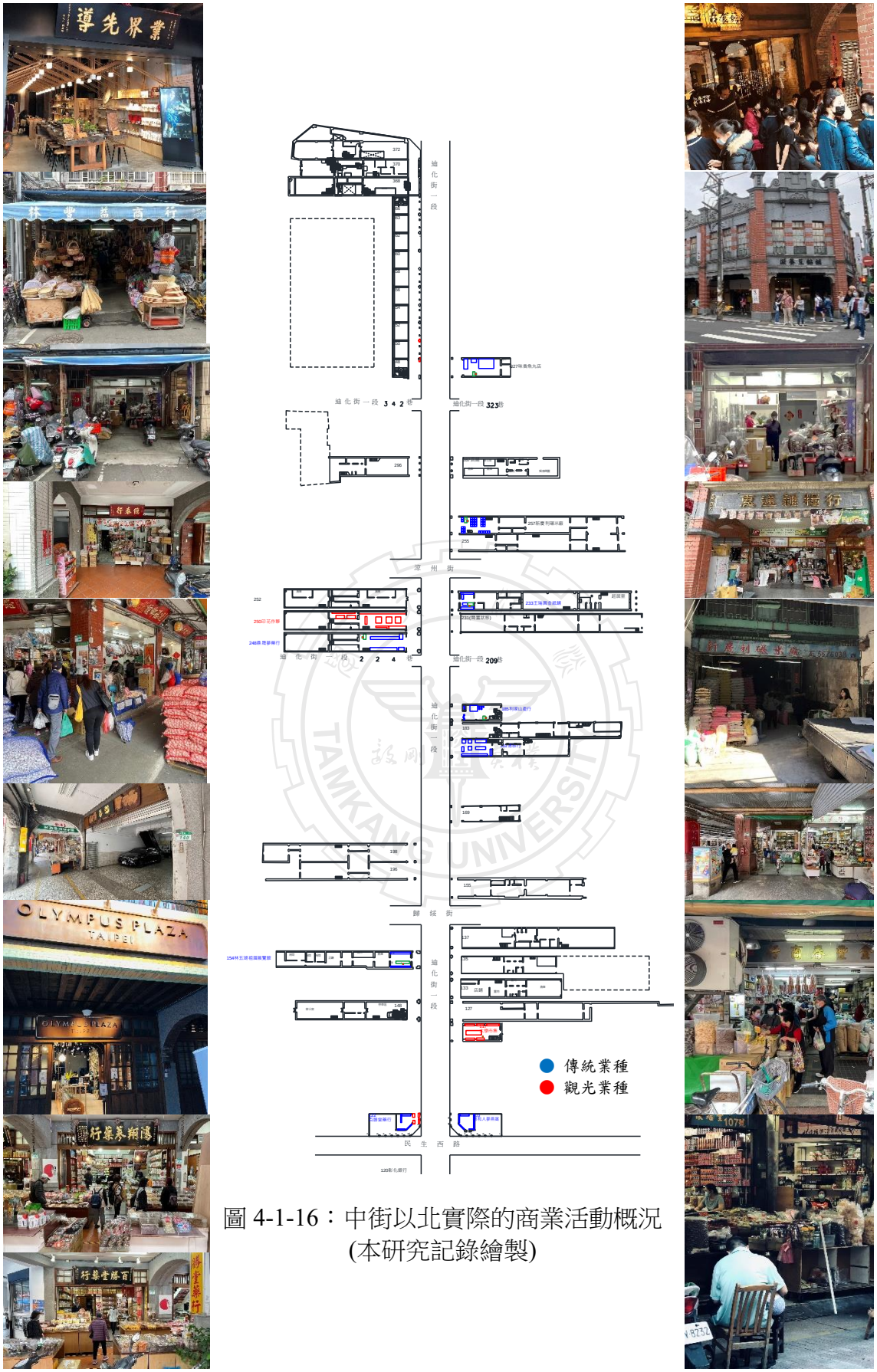


圖 4-1-16：中街以北實際的商業活動概況
(本研究記錄繪製)

貳、全球化商店街相對的片段化傳統店鋪空間特徵

據李東明於 2003 年的調查，當時南街臨南京西路端仍以布業為主，霞海城隍廟以北至民生西路還有匯集中藥行、南北貨及食品行，並有零星的診所和自用住家。調查發現南街至中街（南京西路至歸綏街）大致保留片段化（Fragmentation）的傳產店鋪，資本體制系統的文化創意公司主導文創聚落布置戰略性位置，在規劃消費人潮路徑（徒步區）的起點，以及步行者需略做休息的據點[5]布置旗下公司（圖 4-1-17）。主街也有單向契約的文創店鋪或連鎖餐飲店，以人文生態學的觀點來看，這些的文創及連鎖品牌產業也以文化鑲嵌作用的姿態，有目的性的將文創經濟活動崁入主街，建構商空化的文化創意產業商場。

現在的大稻埕呈現全球化商店街流動性與公共性[6]及傳產「片段化」（Fragmentation）空間特徵並存的空間現象，即使後者店鋪數量尚多餘文創（參邱方廷，2017 年的調查結果），但租金飆漲加速文化創意產業的流動汰換頻率，市街總是出現新面孔，店面不斷有更新汰換，甚至出現傳統產業店鋪因為租金問題，遭到街區主體關鍵社群排斥的社會現象，正是權利關係改變的社會作用結果。主街在週日徒步區建置，兩側店屋空間延伸至二進及垂直樓層，環境與建築空間的優化，結果造成傳統產業及文創產業雖並存在物質空間（市街），但是在社會結構的觀點，兩種產業各自運作，新舊產業物料供應互動的案例還不普遍。比方說，兩種產業的營業時間有不同時段，傳統產業在早上 9 點到晚上 7 點，文創產業及連鎖餐廳、酒吧的營業時間從早上 10 點到晚上 10 點，甚至營業到凌晨時段。1970 年代以後，酒吧性質的高檔餐廳和咖啡廳已被指為全球化城市的仕紳化空間標籤

[5] 事實上現場並沒有足夠的街道家具供民眾休息，並不是友善的消費環境。設計專業認為迪化街沒有設置休憩設施，停車問題依舊未改善，店家商品攤車占據騎樓，是不友善的公共空間。資料來源：邱秉瑜，2017，〈專訪建築師呂大吉：對大稻埕迪化街徒步區的四個批判〉，The News Lens 關鍵評論網路媒體文章。

[6] 迪化街的文化創意產業空間僅是城市文化的商品化，是由文化品味消費意識建構的零售空間，多年來的店鋪高汰換率正是體現全球化城市的自由市場零售商店街的高流動性，不斷適應多變化的人口結構，消費者嗜好傾向（文化品味消費），交通模式與經濟狀態（Nathan Roth and Jill L. Grant，2015：39），做出的一種以公共性為核心的空間結構調整結果。

（Zukin Sharon，2009：47），當社會的互助作用減緩，店家的營業作息時間不同，自然分出不同的社會群體，體現第四波仕紳化現象的社會兩極分化特徵（Shaw Kate，2008：1763）[7]。不過，我們在歷史街區還能見到新舊經濟活動的相互連結，支持觀光的發展，相信大稻埕旅遊地仍然可以持續性的運作，前提是傳統產業的經濟活動基礎，不會因為權利關係架構的改變而有所弱化，甚至消失，特別是未來的權利關係人的年輕化，有必要列入下一波的大稻埕都市社會觀察。

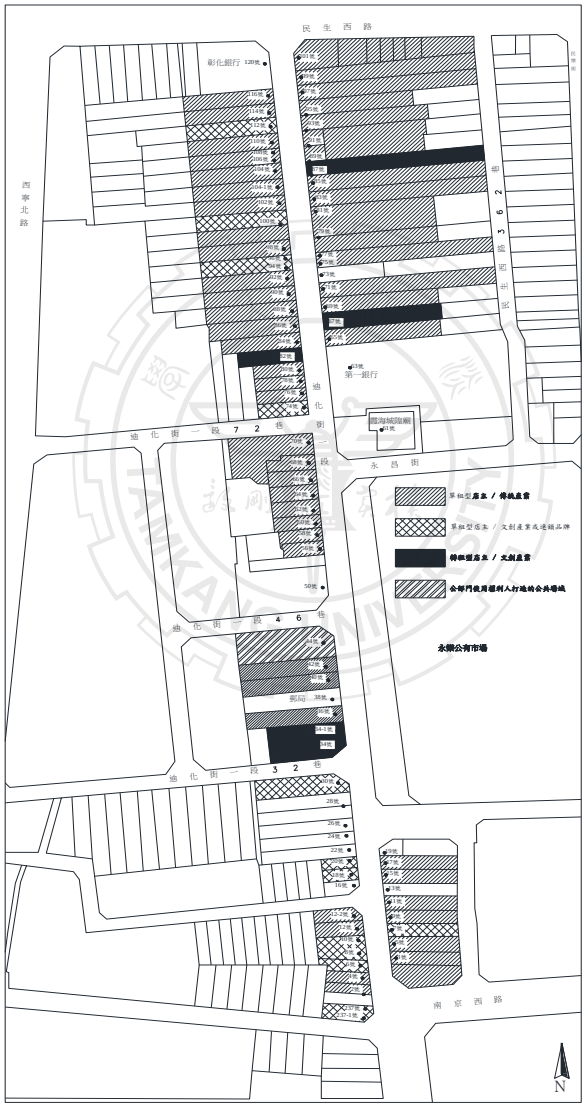


圖 4-1-17：權利關係作用下的南街空間結構(本研究繪製)

[7] Shaw Kate（2008）則指出在房市場金融化顯著影響的世代來臨，國家政策的干預造成政治化及社會兩極分化是近年在第四波研究焦點，定義仕紳化的主要特徵（Shaw Kate，2008：14、1763）。

經過田野調查，大稻埕旅遊化的確具體表現出「商人文化」的旅遊品牌，除了街區觀光經濟活動日漸多元熱絡，也能在街區周圍見到不動產房市與旅遊地的對話—城市改造(圖 4-1-18)。Smith,Neil 認為全球化城市的舊城區開展旅遊化，地方的復甦通常推動更具規模的城市改造（Smith,Neil，1996b：37），成為不動產市場價值的指標，這是前面提到文化品味消費的內在價值認定層次提升到城市，成為新的城市前沿(Urban Frontier)。2021 年歷史街區周圍(專用區範圍內) 靠近街區核心的南街，開啟頗具規模的高檔住宅建案，其房價已遠超過主街和歷史街區的中位數。我們從建案的媒體宣傳廣告，能夠清楚見到與大稻埕人文歷史的地方性形象建立，顯示 Smith 的仕紳化觀點在大稻埕的這一波城市進程再次得到驗證。



圖 4-1-18：2021 街區周圍啟動下階段城市改造

第二節　街區採購日常生活場域之商圈化：週日徒步區

壹、資本化之政治性公共空間生產

地方店家昔日記憶中的大稻埕即使因為都市發展失衡而顯衰退，專用區通過後的店屋修建及傳產護育階段，歷史街區內的主街依舊恢復專門批發的產業供應與銷售通路運作，延續市街過往的歷史產業專業分工，共享商業的利益，達到街區商業經濟活動的可持續性目的。主街的現代性空間實踐—騎樓連結店鋪、工坊及住居機能，結構出以商業、住居和勞動生產為社會基礎的空間；生產、供應及買賣在店主間的常態性互相「調貨」是街區主體相互依賴及信任的社會關係，共同支持著市街商機運作（夏鑄九，1989：61-62、107），這是一股紮根市街的鄰里關係(Neighborhood)，他的作用前提是市街利益的共享。

空間結構的調整是基於街區主體（屋主及店主）的互動，亦即權利關係架構的調整形成另一個社會變動要素—「政治性」（political），他以集體決策的姿態導入公共空間的生產。城市治理衍生的理想—利益分配機制是「空間政治」（space politics）的再現，此空間的政治性並非價值的中立（高季喬，2006：23-24），特別當公共空間的建置權屬於擁有利益支配權的資本主義時，利益的不平衡分配原則造出私營化的公共空間，常讓政治性的群我關係(在地組織)對原有住民及社會底層實施必要的排他手段，造成社會關係的群我分化[8]。產業經濟資源、人潮等利益的分配不均，進一步形成核心與邊緣的區位便生成空間的階級化。

人文區位學（human ecology）的空間觀點所聚焦的政治性公共空間（public space），以都市土地使用分區做為城市進程的論述核心（周春山，2007：23-24）。K.Lynch 從環境行為觀點指出的城市意象元素—路徑（Paths）、邊緣（Edge）、區

[8] 社會兩極分化的批判是 21 世紀第四波仕紳化研究的議題核心（Shaw Kate，2008：50），不但持續探討政策與資本活動引起的仕紳化影響，也開始轉向關注無意識（unconscious）的社會日常及住民生活/生存權利被弱化、剝奪，開啟新的批判性論述視角。Smith,Neil 認為仕紳化決定城市的景觀，房地產做為城市經濟生產的核心，吸引就業人口、增加稅收及發展旅遊業，結合為城市經濟競爭的決策要點（Smith,Neil，2002：443；Shaw Kate，2008：50）。

域（Districts）、節點（Nodes）及地標（Landmarks）同樣談論城市的公共場域，連結的是資本主義支配的全球化城市。城市仕紳化在空間再結構調整過程，因為物質環境的優化，推動人們調整適應已久的作息，包括：經濟活動的觀念及作為；並且在城市進程導致鄰里關係必然的變化，出現與社會關係相對應的空間現象，此現象多半顯現在廣場的假日市集、徒步區或是騎樓等公共空間[9]，又或者私有空間的開放，這是一種應對國家共享的城市生活空間，可持續性及私營化的空間對策。

商店街(Shopping Street)是消費主義（Consumerism）產生的城市公共空間，象徵全球化經濟的符號。2018 年通過的「臺北市迪化街徒步區計畫」是商圈促進會與文化企業資本經由政治性的集體決策生產出的政治性公共空間─迪化街徒步區[10]（行人專用區，Pedestrian zone，圖 4-2-1、圖 4-2-2）。當年 9 月後的每個週日對南街實施封街，提供步行消費的專用場域。迪化街徒步區設置的本意是優化消費環境品質[11]，現身調查發現店家騎樓或是擺設花車，又或者租予攤販，少部分店家選擇週日休業；街區的消費族群多為年輕世代聚集文創藝品店、餐飲或表演公共場域。據訪談瞭解，中藥、燕窩及南北貨等傳統店鋪的營運其實並未因為人潮導入而有顯著的營利；南街的燕窩店業者就表示自家服務的是高端客戶，觀光的收入並不是主要的經濟獲得來源。換言之，文化觀光效應帶來的經濟挹注在傳統產業的有限，這對多數的傳統產業店家並沒有絕對的負面影響，因為他們大多有固定的傳統經濟活動的社會基礎持續商營活動。

[9] 空間的再結構過程出現仕紳化已是常態，1990 年代後期的城市仕紳化論述多聚焦在公共空間（Smith,Neil，1996a：15）。

[10] 徒步區（Pedestrian zone）是歐洲近代城市發展因應環境惡劣，城市空間擠壓住民自由與安全生活的權利（蔡雪華，2005：4）；當代行人徒步區發展始於 1920 年代的德國（鄭幸真,施植明，2006：43）。

[11] 徒步區由臺北迪化商圈發展促進會（以下稱：促進會）向臺北市政府申請通過審議，是基於安全及舒適考量，提出優化南街的購物消費環境，實施特定時間的封街。資料來源：臺北迪化商圈發展促進會，2017，《臺北市迪化街徒步區計畫》，頁 6。



圖 4-2-1：南街位置圖[12](本研究繪製)

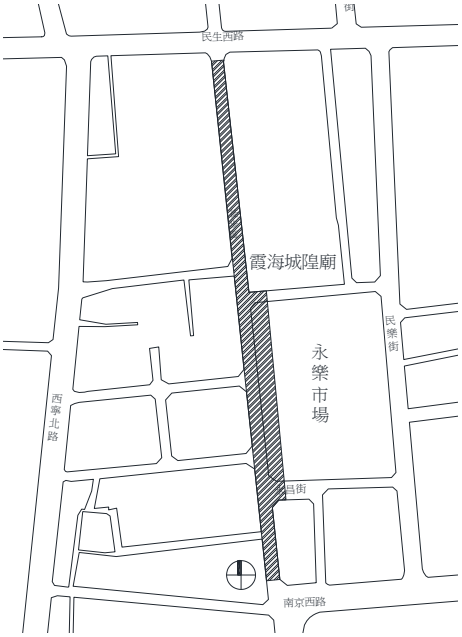


圖 4-2-2：南街政治性徒步區範圍[13](本研究繪製)

貳、行人專用徒步區之政策性與政治性

一、1988 年的政策性徒步區：市街風貌恢復的前提

1988 年，迪化街初步決定保留發展觀光的時候，漢寶德提議市政府嘗試在霞海城隍廟至歸綏街規劃行人專用徒步區(圖 4-2-3)做為營造城市現代休憩生活場域的前置佈署(林致秀，1988：128)。這條與過去十字市街核心交疊的徒步區是歷史街區保留之後，最早的政策性空間實踐。這應該是漢寶德重現傳統市街風貌的策略性觀點，徒步區的建置是說服街區主體在市街確定保留，產業經濟活動得以復甦的空間對策。這個推論在 2000 年至 2010 年的店屋修建時期，南街—中街與民生西路恢復頗為清楚的中藥街、布街及南北貨街專業分工的地方服務功能可以獲得證實。

[12] 底圖據臺北市政府提供之 2020 年都市地形圖描繪。
[13] 徒步區範圍依據前引徒步區計畫標註繪製，頁 5。



圖 4-2-3：1988 年設置鋪面的中街政策性徒步區

二、2018 年的政治性徒步區空間生產：城市文化經濟挹注的前提

(一)政治性空間的分析論點

公共空間衰退顯現再投資的新自由市場的仕紳（gentrifier）進場策略，先經由集體決策優化物質環境，或是舊公寓或是零售店鋪，又或者是衰退的商業區；接著再建構利益分配的機制，此機制的運作結果常因參與權的階級，分出不同的社會群體，造成社群對立或排斥的社會現象。這裡以公共空間優化後產生社群對立與排斥的社會作用結果為論述軸向，觀察地方組織運作的週日徒步區在主街引起的市街生活改變。迪化街的傳統店屋空間優化與建築立面修復已可見成效，觀光發展在炫耀性文化消費潮流趨勢之下（Shaw Kate，2008：1763），帶動店鋪租金漲幅，商家汰換頻繁，各方紛紛指其為仕紳化現象。筆者以 Henri Lefebvre 的空間生產論點分析徒步區的空間現象及仕紳化生成因素[14]。

[14] 1990 年代的仕紳化研究關注在公共政策導向，仕紳化（Gentrification）顯現政策意涵及空間生產

(二)主街的空間實踐的城市現代性體現

城市的現代性（Modernity）空間表徵在公共空間[15]及基礎設施[16]。日本殖民臺灣的前期階段，市區改正計畫目的在改善環境衛生條件，調整街廓規模與道路分級。道路與街廓間設置騎樓（亭仔腳）是為利於殖民地管理，也讓日人適應臺灣的氣候。市區改正的結果成為臺北舊城轉型西方城市的空間結構發展基礎。大稻埕正是臺北實踐市區改正的三市街之一，市區改正所指的騎樓實為傳統漢式店屋的亭仔腳，雖不是近代城市空間的構成元素，但就計畫的政治化法治精神而言，已接觸近代文明的發展概念。騎樓原本為半開放的私有領域，法令規定做為連通街廓的交通管道，成為有法源規範的私有化（privatization）公共空間，是臺灣城市趨向現代性的空間實踐。迪化街象徵日治時期的大稻埕町通文化，街道做為市民生的活路徑，賣販及攤商匯於市集，往來的行人、小攤販與自轉車共用改正後的街道。

參、日常採購生活空間之商圈化

徒步區（Pedestrian zone）做為全球化城市的空間表徵，他是城市的構成要素，與商店街有著緊密關係，連結貼有仕紳化標籤的店鋪，這些以高檔門面及陳設優化的物質空間（圖 4-2-4），與破舊且擺設無章法的老店鋪形成強烈的對比，顯現社會的階級區分（圖 4-2-5）。在全球化的商店街，擁有利益支配權的政治領袖/仕紳（gentrifier）對消費者傾向文化品味的實質掌握（Zukin Sharon Philip Kasinitz，Xiangming Chen，2015），透過活化建築與街道景觀傳達店屋建築美學及文化品味，使得建築文化跳脫傳統社造及再生的物質框架，轉向建立與地方溝通的主體價值

的意義（Lees，Slater，and Wyly，2008；簡博秀，2015：65），尤其是公共空間（public space）的規劃成為資本主義支配利益的工具，即以此空間生產論點討論迪化街徒步區規劃的社會影響。

[15] 1900 年的「臺灣家屋建築規則」公布，1907 年施行細則主導臺灣市區改正建設，對建築線及騎樓等景觀風貌影響要素實施管制（曾憲嫻，2011）規定傳統店屋應設置亭仔腳，實施市街旁的騎樓清空改造，騎樓不得做為勞動場所，非公眾使用的行為活動須退至屋內。

[16] 電線桿、電、燈公車、自轉車、下水道、排水溝、道路分級，家屋樓層化及規劃騎樓等等（王慧瑜，2010），都是清代大型聚落/市街接近西方文明現代性的外顯特徵。

（殷寶寧，2018：51）。也就是說，經由在地組織的集體決策，以往人們日常上街採購生活空間的商圈化。迪化街的週日徒步區代表消費主義（Consumerism）及文化品味消費（Taste for Cultural Consumption）意識抬頭，正是仕紳集體決策的政治實踐對象，因其顧及市街發展利益的社會基礎，往往會弱化周圍住民日常採購的通行權（圖 4-2-6），街道空間共享的公共性日漸式微，引發社會的排他、隔離、驅逐及對立情勢；這些社會現象包括：周圍住民在週日盡量不使用主街，底層弱勢被短暫驅離，人潮被有目的導引留在主街，部分店家選擇週日店休。

徒步區是文化品味消費經濟的活動場域，也是文化觀光商店街的空間骨幹，相信「人潮在，商機即在」的文化公民[17]與意見領袖們的連結，經由徒步區的政治性空間生產，實踐以地方文化發展為核心的利益分配架構。這種社會群我的組織具決策、導向、支配作用的政治性社會作用[18]（高季喬，2006：23），徒步區是這個社會群我意識展現市街利益掠奪的空間再現結果[19]。回應主街的現代性談到街道做為市民自由及安全生活的空間，徒步區的空間生產目的是減緩行人穿越速度，確保參與利益分配[20]的店家獲利（圖 4-2-7），但他被認為是不友善的公共場域[21]。在地組織以優化消費環境為由，實為保障地方組織的運作，顯現徒步區是有目的的決策性規劃，呈現主街的政治性空間生產結果。此空間邊緣依附另一種社會群體，處在兩種被隔離的狀態：一是未被授權參與徒步區文化消費活動的店家，例

[17] 文化公民是透過社會實踐的角力定義自我，產生排他，試圖自然化其某些層面上的優越感。資料來源：資料來源：蔡雪華、孔令瑜、鄧寶山、堵建偉，2005，〈公共空間與文化公民─旺角行人專用區與地下鐵路〉《Cultural Policies in the Making》：17。

[18] 空間的政治性是源自社會關係的空間存在，是有關社會關係對空間生產、空間結構與形式的塑造。資料來源：高季喬、李建華，2016，〈論空間的政治性和政治的空間性〉《中南大學學報》第 22 卷第 1 期，22-26。

[19] 資本主義經由政治決策及規範法令制定的過程，並在全球化浪潮的助長之下，開闢城市競爭的戰場─新自由主義市場。他們以新穎的論述收編市民的生活以及生產的空間。資料來源：康旻杰，2012，〈「落奪」資本城市中的都市保存〉《文化研究》第 15 期：231。

[20] 公共空間受政府法令規範及制度管控、消費主義的支配，不同身份的主體運用有限空間和不同的策略，爭取各自的公民、社會及文化權利，從支配結果收回（reclaim）他們的公共空間。資料來源：蔡雪華、孔令瑜、鄧寶山、堵建偉，2005，〈公共空間與文化公民─旺角行人專用區與地下鐵路〉《Cultural Policies in the Making》：1。

[21] 地方設計專業者認為迪化街徒步區未設置休憩設施，停車也未淨空，店家商品延伸至騎樓，形成不友善的公共空間。資料來源：邱秉瑜，2017，〈專訪建築師呂大吉：對大稻埕迪化街徒步區的四個批判〉，The News Lens 關鍵評論網路媒體文章。

如：永樂餐館、麥芽糖攤車、青草茶攤車、街頭藝人等，或是中低價位，不參與主街利益分配，又或是沒有參與利益分配權利（圖 4-2-8 至圖 4-2-11）；經常在民樂街的正發青草茶攤車業者：「**以前我的車子可以推進去主街做生意，但是現在必須要繳租金，一杯 30 塊的青草茶實在不可能在這個黃金地段生存。**」（2021.01.14 訪談）第二種隔離狀態是主動不參與的業者，像是週日固定店休的老爺素食餐館及生記中藥行（圖 4-2-12、圖 4-2-13、圖 4-2-14），他們都是因為服務的客群不同於假日的觀光遊客，選擇在週日人潮最多的時候店休。



圖 4-2-4：優化高檔門面的店屋



圖 4-2-5：老舊的店鋪



圖 4-2-6：封街的車阻
2021.10.17 攝

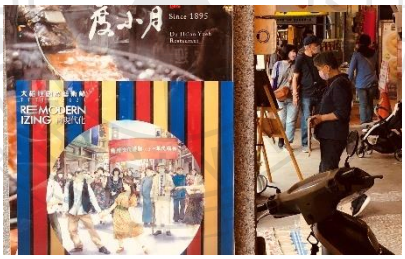


圖 4-2-7：店家張貼海報
2021.10.17 攝



圖 4-2-8：永樂餐館
2021.10.17 攝



圖 4-2-9：麥芽糖攤車
2021.8.29 攝



圖 4-2-10：街頭藝人
2021.10.17 攝



圖 4-2-11：青草茶攤
2021.10.17 攝



圖 4-2-12：老爺素食餐館週日店休 2021.10.17 攝



圖 4-2-13：生記中藥行店休週日固定 2021.10.17 攝


圖 4-2-14：徒步區邊緣活動(本研究繪製)

政治性決策建置的徒步區成為資本體制的利益生產工具，具有市街利益的平均輸送，防止利益外溢空間邊緣的功能。這個防止利益外溢的政治性目的，在徒步區的空間邊緣形成一股社會隔閡作用，造成社會排他現象，驅逐弱勢的社會群體或者個體，現在的大稻埕歷史街區似乎轉型為掠奪資本主義的私營化市街[22]，騎樓穿越街廓的通行權不再清楚，店家與流動攤販佔領過去的公共場域，一日性的徒步區即使是短暫的路權，但是已經引起店家商業日常的變化，正是邱翊認為徒步區不友善的原因。筆者在徒步區建置後，觀察到幾個空間現象，包括：

一、店家營運作息的調整

騎樓是私有化的公共空間，街區行人通行專用，店鋪少有開放入內。專門批發時期，騎樓是店主與盤商的交易場域，體現的是南北貨、中藥行等傳統產業的經濟活動營運模式。特定專用區劃定之後，管制車輛交通，結果主街的熱鬧情境僅是觀光人潮，過去象徵市街經濟榮華的騎樓盤貨興盛的年代已經結束。

二、周圍住民的主街消費習慣改變

鄰街與側巷住戶其實認同主街的觀光發展，週末偶爾也會踏上主街的特色餐飲店消費，採購食品等民生物資，生活作息談不上有很大的變化。週日徒步區的

[22] 在掠奪資本主義的私營城市，文化創意成促成公私部門建立夥伴關係的建立。都市保存的公共性在私人開發剝奪之下，迪化街的容積在臺北市其他地區已經商品化，過去的店屋第二進以後，以及樓上的空間都已經少有住居行為，支持街道生活的集體記憶（康旻杰，2012：239）。

變裝主題遊行引來絡繹不絕的遊客，餐廳、咖啡廳必須排隊消費，使得住戶在假日時轉往其他地方消費，或者與街區觀光活動保持距離。

三、市街經濟活動復甦的城市文化經濟

徒步區設置之後，騎樓出現路邊酒吧，提供體驗街區文化的現代生活服務。資本主義在街區導入觀光及娛樂休閒功能，包括：高檔餐廳(私人廚房)及酒吧等仕紳護場所，提供遊客體驗現晝夜不同的地方意涵的歷史城市。這是全球化城市的歷史場域經濟復甦的必經過程（Jones G. A.、Varley A.，1999）。經空間分析觀察，理解主街已脫離漢人市街轉型近代城市的空間實踐的時代意義，不再單純的只是城市的現代性的空間元素—街廓通道。迪化街已成為消費主義意識形態運作下的全球化觀光商店街，以文化品味吸引消費主體（consumer）的新自由競爭市場[23]。這個自由市場的形成呼應復古氛圍重建老市街的觀光經濟策略(長谷川 清，2020：81）。在地組織打造復古時空的異質化文化場域運作，維持觀光經濟效益與市街發展利益，延續利益分配的資本體制。

肆、主街之象徵空間：1920 年代町通文化

每個週日的紅色假期，行人獲得主街的專用通行權，往來行人多為精緻主題裝扮的遊客，或是日常一般穿越的在地民眾，封街釋放的「紅色路權」被街區意見領袖們策劃的藝術展演及街頭表演充分使用，尤其是每年十月國際藝術節。市民、遊客融入沉浸式的地方身份認同的表演，再現 1920 年至 1930 年代的歷史場景（圖 4-2-15）。徒步區內的一切活動體現政治性空間生產的成果，更是町通文化再現，一種拼貼式的懷舊文化空間表徵；這個歷史場景也就連結著以政治利益為前提的社會群我意識。

[23] 新自由主義是以「市場至上」為原則所建構的世界經濟制度，其有意識形態的面相，例如：文化品味消費意識；自由市場強調的是市場區位與個人自由，國家不做干預（(Harvey ，2005: 2-5）。資料來源：夏傳位，2014，〈新自由主義是什麼？要三種理論觀點的比較研究〉，《台灣社會學》第 27 期：141-166。

世代街區公司長年籌劃各類文化展演節日，輔導文創新店業者融入在地的產業營運，經文化認同、街區發展利益共享與價值傳遞理念，經網路社群媒體宣達大稻埕的地方價值。此公司理念接近大稻埕地方創生有限公司，導入年輕世代在迪化街扮演文化公民的角色，改變在地既有的社會結構，接受街區被導向新經濟制度的活化方向。這裡再次出現文化鑲嵌的社會作用，公司創辦人接受媒體採訪時，就曾經表示：「**我不是要復興舊有的東西，而是要去創造新的東西。我想去創造一個新的文化世代，去影響年輕一代的創作人，讓他們對這個時代有一些新的想法，去創業跟創作。**」（採訪／張育寧、整理／戴相文，2019.10.04）2021 年國際藝術節海報標題「再現代化」正是體現大稻埕文化再現的不限形式，如 1920 年代復古變裝遊行衍伸出跳脫主題的動物遊街（圖 4-2-16）。因此，在傳統店屋與全球化商業招牌前，遊客地方身份認同的消費裝扮（圖 4-2-17），能夠代表大稻埕旅遊的文化觀光產業生產的成效，1920 年代的町通文化成為城市行銷的亮點，正是前面提到大稻埕旅遊品牌「商人文化博物館」說法的基礎。



圖 4-2-15：2021 年復古變裝 2021.10.17 攝



圖 4-2-16：動物遊街 2021.10.17 攝



圖 4-2-17：大稻埕旅遊品牌建立的意象

伍、週日徒步區的隔閡與驅離

市政府政策的介入以及資本體制的運作，促成過去批發商車輛穿梭的老舊街道，優化成為文化品味消費的行人專用的週日徒步區。主街部分店家選擇週日店休，側巷住民生活的簡易寧靜對比，零星流動，底層弱勢，街頭藝人依附在空間邊緣，顯示徒步區的建置雖有大稻埕店屋商人文化場域的想像，再現過去商家、住民與顧客日常生活的社會基礎。事實上，這個社會關係並不是過去專門批發時期的社會作用結果，文創業者與其員工不是原在地住民，登門的顧客以遊客居多，不再是過去批發的盤商，營業時間結束，市街留下的只是物質空間。從徒步區的空間觀察，看到其邊緣築起一道社會隔閡之牆，隔離周圍在地店家與流動攤車，甚至驅離無權參與路權分配的街頭藝人，鄰街與側巷的住民活動明顯少有連結主街(圖 4-2-18)。



圖 4-2-18：假日期間側巷住民生活少有連結主街

小樽手作咖啡館(32 巷 2 號)的私有化公共空間—騎樓是徒步區的空間邊緣，每週日固定一位領有表演證的街頭藝人於角柱邊做現場表演，往來行人的演出鼓勵是他日常生活很重要的一部份(圖 4-2-19)。筆者現身調查期間(2021.08~2021.10)少有缺席。十月是大稻埕國際藝術節活動月，緊鑼密鼓的系列展演於每週日按時程推展進行。10 月 17 日上午接近 10 點，該名藝人照常出現在平常的表演位置(圖 4-2-20)，接近上午 10 點 30 分左右，永樂市場前方廣場與主街的表演隊伍展開演出節目，表演隊伍展開的規模看似與街頭藝人沒有衝突，但現場能體驗到舞曲的高頻音量壓過古箏彈奏。這個情況持續約 20 分鐘左右時，該名街頭藝人因被中斷演出而決定撤離（圖 4-2-21、圖 4-2-22、圖 4-2-23)。週日徒步區內的營業攤販必須繳付租金，也有少數攤商在沒有參與權的情況下，試圖在權利模糊的位置（徒步區的界線上）謀生。調查當日就見到一位攤車業者，營業不久隨即被管理人員指示無權參與而離開（圖 4-2-24、圖 4-2-25、圖 4-2-26)。正發青草茶攤車業者

（2021.01.14 訪談）說：「**以前在街上只要有警察局的營業許可證就可以做生意，沒有在收租金的，可是現在在迪化街擺攤還要繳租金。**」

這是資本體制操作市街利益分配的結果，以往流動攤販在公共性的街道做生意，雖與車流競爭空間，但這就是流動商家的日常。想在政治性生產的徒步區謀生必須付租金，取得利益分配的參與權。過去開放自由營業的公共場域，因政策決策方配合，成為資本體制控制市街發展的工具[24]。街道改為行人專用通道，名義上是優化環境品質及安全性，實際上卻迫使流動攤販向兩側騎樓設攤，讓店家收取租金。店家獲得租金就是支持在地組織利益分配的實質反饋（圖 4-2-27）。即使沒有將騎樓這個私有化公共空間出租，更多店家也會選擇延伸店鋪營業活動，像是零售攤販或是酒吧（圖 4-2-28）。當「紅色路權」解除後，一個平日的社會性現象（圖 4-2-29），市場迴廊的遊民再度回到他所認同的社會性空間（圖 4-2-30）。



圖 4-2-19：2021.09.26 記錄街頭藝人表演

[24] 呂大吉批評，臺北市政府試辦迪化街徒步區，並沒有一份完整的計畫來協調市府各單位的行動，造成了以下問題： 義交費用僅由政府負擔，每個月約台幣 9 萬元，目前是臺北市政府交通局全額負擔，等同於全市納稅人替直接受益的店家出錢來舉辦徒步區。資料來源：黃郁齡編輯。2017.11.27，專訪建築師呂大吉：對大稻埕迪化街徒步區的四個批判，The New Lens 關鍵評論。



圖 4-2-20：2021.10.17 街頭藝人表演



圖 4-2-21：主街公演迫使藝人暫停演奏



圖 4-2-22：公演活動影響街頭藝人表演



圖 4-2-23：街頭藝人遭公演間接驅逐



圖 4-2-24：臨時攤販試圖參與活動



圖 4-2-25：臨時攤販被驅逐



圖 4-2-26：攤販穿越徒步區離開

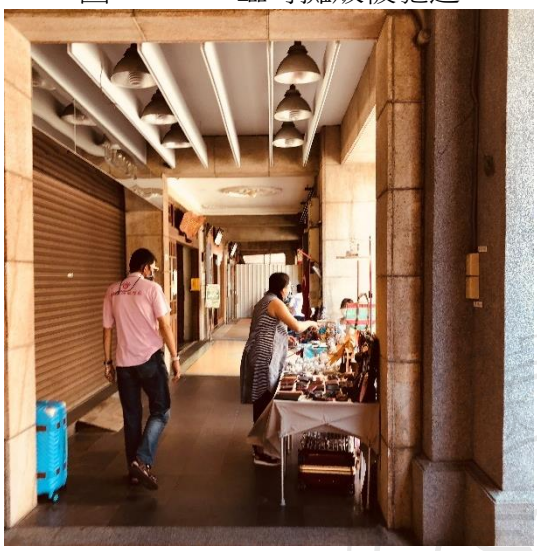


圖 4-2-27：騎樓繳付租金的攤販



圖 4-2-28：路邊酒吧



圖 4-2-29：紅色路權解除



圖 4-2-30：社會恢復日常

徒步區是地方意見領袖集體決策，主導街區發展新世代文化空間實踐的社會作用結果。世代街區公司籌劃的展演據點落在其企業化子公司前方街道，引來遊

客駐足停留（圖 4-2-31），或者照著決策方的行為引導模式輸送著行人往前行進[25]（圖 4-2-32），也是封街利益分配的表現，更重要的是外顯的市街發展的主導權位置。徒步區的社會作用正是仕紳們的集體決策連結參與店家形成的群我關係，以殖民年代的異質化文化場域再現為題，打造新世代文化創意理念的再生街區。徒步區的空間邊緣化社會群體在政治性空間的生產過程，通常是被忽略/隱形的一方（Leela Femandes，2004：2415），這個群體不再只是 Ruth Glass 關切的貧窮者或底層勞工，有時是新進駐的社會群體/文化公民體制之外（徒步區邊緣）被遺忘的某種經濟形式的社會群體，像是永樂餐館、麥芽糖攤車、青草茶店等傳統業者們，他們通常被視為與體制內（徒步區界線內）的文化公民進行競爭。這條短暫性的紅色路權，少數不在場的未參與者選擇自動與其隔離，是基於對利益分配的不認同，或是否定消費主義的人潮決定商營獲利論點。對於想參與的街頭藝人及流動攤販，卻受限於其未能連結街區的社會關係，被間接性的驅離。即使是一日短暫，非屬常態性的排他現象，都顯示徒步區是政治性空間的實踐結果。



圖 4-2-31：公演活動使遊客駐足街道



圖 4-2-32：輸送行人的徒步區

[25] 行人專用區的設置不見得是關注人們行的安全，也可能有一種變相排斥行人的意義。李照興指出徒步區是規劃決策者試圖引導行人/遊客以固定方向及流速移動，並不會期待做長時間的停留，徒步區的功能只在於將顧客引導進入店家。資料來源：蔡雪華，2005：9。

永樂市場前的假日市集是為了吸引外來遊客，但被批評只是單純的招商市集，包括：主街的酒吧、精品店和高檔餐廳，其實都並未體現歷史街區的專用區的規劃精神[26]。但他卻是城市文化觀光經濟的一部分，他的本意是將文化經濟利益導向地方發展失衡的區域[27]。迪化街的假日市集有兩種型態，一種是常態性的週日市集，另一種是每年的年貨大街。前者多為市街文創業者及外來業者承租一日性攤位(圖4-2-33)，後者的性質也是接近前者，都是外來業者向店家承租空間，進行數日的短暫性市集。兩者的結果都將利益留在主街，流動攤販業者只能在紅色路權影響範圍尋找生存的縫隙。



圖 4-2-33：假日的租金地攤

[26] 在大稻埕，假日的街頭活動，並未和一般商圈有明顯差異，以永樂市場前廣場為例，便已發展為假日招商市集，不符歷史風貌特定專用區的精神。資料來源：黃郁齡編輯。2017.11.27，專訪建築師呂大吉：對大稻埕迪化街徒步區的四個批判，The New Lens 關鍵評論。

[27] 康旻杰認為節慶市場作為城市文化經濟的空間，其利益收穫應該外溢（spillover）至周圍貧窮的鄰里。但結果往往不如預期，反而更加強化不均等的發展對比，社會的空間邊緣化現象越來越強烈（康旻杰，2012：235）。

陸、城市的政治性空間標籤

Zukin Sharon 指出藝術畫廊（Art gallery）、精品店（Boutiques）及咖啡廳（Café）是最快帶動商店街產業物價浮動的營業類種，A.B.C.三種仕紳化指標性店面造成周圍低價店鋪受租金級距擠壓情形最明顯[28]，在全球化城市商店街的同質性極高，屬指標性的仕紳化既成標籤（Zukin Sharon，2009：47）[29]，亦可辨識仕紳化的影響結果，觀察其造成的社會分立現象（Smith,Neil，1996b：36）。徒步區與 Zukin Sharon 指出的 A.B.C.仕紳化指標性的商空化店面自然連結，引入的消費人潮支持文化品味消費的新自由市場競爭，間接影響租金的浮動。筆者認為在迪化街徒步區引發社會隔閡現象，為一種政治性質的仕紳化，可以從四點來看他的影響：

首先從南街做為近代都市成長的現代性空間表徵，對比徒步區的空間政治性意義，筆者認為同樣是時代性，且經政治性的空間實踐，平日的南街仍然聯繫大稻埕店屋商業批發的專門化，即使店家數量成長停滯；徒步區則是地方組織的政治決策產出短暫性的異質化文化想像，實際是基於消費主義意識形態，建構出觀光利益分配的空間結構元素。部分現存的專門批發傳統店家選擇暫時性去專門化，迎合觀光產業，在騎樓擺出花車販賣進口乾貨食品。

其次，封街是為再現 1920 年代想像的町通文化，實際是地方組織打造文化新世代創作展演的優化後公共空間，一個凝聚新的地方價值認同的政治舞台。

其三，徒步區象徵的紅色路權在街區造成社會隔閡，通行區及店鋪由認同利益分配的參與者共同收穫文化品味消費主義帶來的市街利益，空間的邊緣排斥被忽略的社會群體，此牆是有意識的政治性空間生產結果。這個短暫的紅色路權本

[28] 「供應鏈」、「居住社區」、「政府政策」、「媒體形象」四個產業鏈結要素是分析全球化觀光經濟符號—商店街的生態結構，屋主、店主與消費者的交易關係是商店街生存的社會結構，產品貨源供應路線的複雜程度影響物價起伏，決定店鋪個體生存競爭及整體街區的聲望（Zukin Sharon Philip Kasinitz，Xiangming Chen，2015）。

[29] 政府部門、公眾媒體及民營化組織皆視精品店為地方振興，經濟復甦的象徵與代言人，結果徹底擠壓長期在地的底層居民（Zukin Sharon，2009：47）。研究提出精品店作為城市仕紳化描述的代表性，也指出國家權力、資本主義及媒體形象是塑造仕紳化的結構性組織。

應人人皆有通行權或使用權,但封街卻排斥社會底層及其他經濟模式的社會群體，使之遭受短暫隔離，無法體現公共空間市民生活權利完整實踐的場所意涵，體現 Smith,Neil 指出仕紳化的空間現象，徒步區在這個城市有著政治性空間標籤，代表一種社會階級的分化。

其四，徒步區與 Zukin Sharon 指出的 A.B.C.仕紳化指標性店面自然連結，雖然沒有直接帶動租金浮動，但已出現仕紳化的社會排他現象，有必要可將其併入全球化商店的仕紳化空間標籤。

TAMKANG UNIVERSITY

第三節　霞海城隍廟的旅遊化空間對策：廟埕空間清理與商業化

壹、廟宇空間的政治性與地方記憶

霞海城隍廟與慈聖宮、法主宮是大稻埕三大信仰中心，城隍廟由陳浩然倡建籌備，獲得「金泉順」林右藻等地方仕紳的響應，始建於 1856 年（清咸豐 6 年），竣工於 1859 年（清咸豐 9 年，許雪姬，1992：11-12）。1859 年之後，循泉州同安霞海城隍廟的古禮習俗，每年的農曆 5 月 13 日訂為聖誕繞境之日[30]。1918 年 5 月 10 日的《臺灣日日新報》記載，提到臺北霞海城隍廟落成 20 年（1879 年，清光緒 5 年）以後，大稻埕經商的住民擴大城隍聖誕慶典（宋光宇，1993：304）。大正年間每年的迎神賽會，臺灣南北各地人潮聚集大稻埕這個貿易商業中心，觀光就成為地方重要的經濟收入來源（宋光宇，2012：114）。自此之後，城隍暗訪及繞境成為大稻埕地方情感連結相當關鍵的儀典文化。城隍廟從地方仕紳籌建廟宇的集體決策，顯現宗教信仰場域建構本身就屬於政治性生產的社會空間。

城隍聖誕慶典的「暗訪」（農曆 5 月 11 日、12 日）及「繞境」（農曆 5 月 13 日）兩個儀典是地方情感串連的重要社會日常，「暗訪」是神祇出巡前，八將先行淨化地方，清理主神出巡繞境路徑的習俗[31]，其連結地方的靈安社、清心樂社、保安社、平樂社、明光樂社、雙連社、新樂社及共樂社等軒社，南區的普願宮、和德祠、福聚宮、法主宮、雙福宮等，以及北區的福德宮、北玄殿、靈聖宮、天師宮、萬和宮、和安宮及保安宮等地方宮廟。在大稻埕宗教信仰圈已建構穩定的地方記憶。

另一個與城隍廟有關的地方日常記憶，是林衡道回憶的 1950 年至 1960 年之

[30] 關於訂定農曆 5 月 13 日為城隍聖誕繞境日的說法，曾有紀念首任臺灣總督就任，或有紀念北白川宮能久親王領軍登陸，也有紀念北白川宮能久親王在臺逝世等說法。即使第二種說法，被多數人認同呼應城隍繞境陣營盛況（李秀娥，2006：49-52）。

[31] 農曆 5 月 11 日的首日暗訪，也是派駐天兵神將進駐各宮廟，名為「放軍」，接著連續兩天的暗訪活動，分為北區及南區；5 月 13 日城隍繞境後，再於 5 月 18 日進行「收軍」，並展開酬神儀式至 22 日，結束城隍廟一年一度與地方軒社、宮廟的地緣性社會互動（李秀娥，2007：39）。

間的廟埕是永樂市場以外，連結地方生活飲食的場域[32]，日夜供應平價的小吃點心，象徵專門批發產業興盛時期的市街日常，常民休憩生活的地方（place）[33]。從林衡道口述某種程度重建戰後城隍廟前的小吃飲食市集，象徵大稻埕街區主體—店家、盤商、住民共同的社會記憶[34]，體現廟埕做為市街核心空間的公共性。每年的城隍祭典是人們祈求生活平安、生意興隆、市街活絡，穩定日常的社會性—宗教信仰的依賴，並因社會記憶的累積，成為大稻埕的場所精神（spirit of place）。

貳、戰後宗教團體的分化與廟宇運作轉型

日治時期的暗訪路徑以霞海城隍廟的南街為起點，先是向北經中街、中北街至大橋頭，往向太平公學校，經延平北路回程返抵南街的主廟。1949 年的臺灣全省實施戒嚴，嚴禁聚眾集會，壓抑地方宗教信仰。1954 年的「民間遊藝協會」是地方舉辦城隍祭典的窗口；直至 1969 年，霞海城隍廟恢復繞境，不久又因 1987 年「動員戡亂時期集會遊行法」，使得這項民間習俗慶典的舉辦斷斷續續（張之傑編纂，1998：300；李秀娥，2007：40-41）。

---

[32] 林衡道說：「**距今五、六十年前，霞海城隍廟的環境還沒有變成今天這麼髒亂，廟口設有飲食攤子，日夜供應價廉物美的冷飲，過路人以品嚐這些為一件樂事，城隍廟口的攤子，冷飲有：刨冰、紅豆冰、仙草冰、愛玉冰...，應有盡有。點心除了粽子、圓仔湯、糕餅、炒米粉等應有之物外最最受顧客喜愛的是麵茶...。**」資料來源：林衡道口述、邱秀堂整理，1996，《台灣風情》，聯經出版社：36。

[33] 地方（place）是物質性的（materiality）、意義（meaning）和實踐（practice）的結構性組合，像是：巴黎艾菲爾鐵塔和香榭大道、雪梨歌劇院等是國家代表性的物質形式；再看日常生活層面時，其實還有街道、宗教場所、商店及公共建築的城鄉社區的物質形式（Cresswell T.，2009：1）。克里斯丁·諾伯休茲（Christian Norberg-Schulz）的城市聚集概念，認為建築的行為與環境有一定的涵構關係—建築物的精神層次意涵，也就是地方（place）及場所精神（spirit of place）。場所意義即認同感（identity）及歸屬感（sense of belonging）；環境主體—人的認同則是場所精神塑造的根本條件，由區位/位置（location）、空間形態（Space Form）和明晰的地方感（sense of place）結合，形成人們能夠辨識空間方向感，進而認同場所的地方感（陳明竺，2009：49）。地方感是某個地理位置/物質空間能喚起個人或群體的感覺、情感（Cresswell T.，2009：1）。

[34] 社會記憶—關於社會的身體實踐，對於主體與過去的描述，平凡但因自我擁有而顯珍貴的珍視記憶是現代的社會特色，我們關注的這方面記憶多半是社會及政治的集體記憶（collective memory）和社會記（social memory）憶的問題化。有研究學派捨去記憶行動/生產者的存在，忽略行動者對記憶的詮釋及其社會存在的影響分析，僅在意記憶內容的利害關係，此關係以誰為中心，邊緣化那些人，以及排斥對立的因果，成為詮釋權的競爭場域，並聚焦於政治權謀的表現（王明珂，1996；Confino，1997；胡紹嘉，2014：122）。也有認為必須重視記憶行動者對記憶、時間性及社會存在的影響，他能夠指出時間的軸帶及方向，也能夠找到過去記憶生成的位置，並將記憶導向未來，達到過去對自我理解的解釋目的（胡紹嘉，2014：123）。

地方儀典活動長時間的停擺，地方信仰團體間的運作意見相左，又遇舉辦祭典的協會組織及財務出現困境，導致 2001 年原來固定參與暗訪的八個軒社，僅有六社出席活動。2006 年，由廟宇主導城隍繞境祭典活動，恢復這項地方宗教盛事，大致維持從南街向北至迪化街北段，向延平北路返回城隍廟的路徑（軒社及宮廟連接網路的擴大議題在這裡不做討論）。但此時的迪化街已經發展城市觀光（張之傑編纂，1998：300；李秀娥，2007：54），消費主義支持的人潮即是商機的發展利益促使廟方於 2006 年打造另一個政治化的宗教場—月老信仰。

參、月老信仰文化品牌化

霞海城隍廟的月老信仰是城隍顯靈事蹟的故事延伸，並在迪化街轉型城市觀光的經濟環境條件之下，成為文化品牌化的故事題材。文化的傳統發明在於政治因素（Stephen Vlastos, Editor，1998：71），存在著社會競爭的概念[35]。透過「被發明的傳統」（invented tradition）塑造城隍廟象徵大稻埕宗教信仰的政治姿態，進而展現特定族群形成自我的文化空間（Meyer Stanislaw，2008：5）。傳統（tradition）是文化傳承的工具，只人們口耳相傳的過程，某人將故事傳遞給他人，接受傳輸者認同故事的再傳遞價值，經由自身的文化認同（cultural identity）[36]改進後再傳授（Morrison Cecily，2003：4），形成傳統與現代性的對話。這個對話建構在意義

[35] 在日本，對於傳統農莊連結國家身份/國族主義的政治認同有兩派，一是支持"以稻米為中心的村莊"作為日本身份的基礎，強調社會的和諧，二是認為那是戰前農業社區的國族性基礎。又如，日本用「真正的日本人」（true Japaneseness）轉化為「東方亞洲人」（EastAsian folk）概念支持創造日本帝國主義（Japanese imperialism，Stephen Vlastos, Editor，1998：72）。這些長久的國族思維一直在轉化及概念化，顯示「被發明的傳統」（invented tradition）能夠塑造國家的政治姿態。北美地區的民族教會及唐人街（Chinatown）被埃里克·霍布斯鮑姆（Eric Hobsbawm）貼上"發明傳統"標籤，這也是基於政治因素；這種連結國族的空間是特定族群形成自我的過程（Meyer Stanislaw，2008：5）。另一個與政治因素有關的是民族性塑造。日本為打造女性「母親」角色，在傳統住宅配置強調「以家庭為中心」，一個適合女性展現賢妻良母特性的空間形式，這個角色的塑造是為理想中產階級化（Japanese imperialism，Stephen Vlastos, Editor，1998：72）。日本武術的發明初期只是一種做為展現日本民族性的表演形式（Stephen Vlastos, Editor，1998：72）。日本的空手道被視為「被發明的傳統」的標籤之一，結合武士傳統及和平主義的哲學概念（Meyer Stanislaw，2008：12）。沖繩人過去因歷史的治理背景，曾為日本統治的一個屬地族群。空手道以沖繩為起源，透過沖繩人的身體實踐，形成日本武術的社會記憶，架構日本崇尚和平主義的民族性。

[36] 不論族群自然形成或人為建構，都必需面對環境變遷（如資本市場、傳媒、資訊科技）帶來的文化界線日漸消失的壓力，文化傳統的「發現」或「發明」是基於對社會群體的認同感，經常被用來重建族群的尊榮感—自我的文化被認同，一種文化傳承的策略（靳菱菱，2010：119）。

面（文化認同）與工具面（價值意識傳輸）兩個層面來討論文化認同的概念(圖 4-3-1)。「被發明的傳統」（invented tradition）將被概念化的文化內涵做物質的商品化及精神的品牌化處理，文化的商品化確立自我身份，展現文化認同[37]。



圖 4-3-1：傳統與現代性的對話框架(本研究繪製)

就故事的價值意識傳輸方式來看，「傳統」的定義是一種過去與現代性（Modernity）對話的工具；這個對話傳遞兩個訊息，一是文化的認同，二是基於認同文化傳承，發明新的傳輸工具[38]。面對不同世代的族群及社會環境變化，宗教遶境傳統活動不再有標準的社會功能，他的型態演化形成對外展現一種與他者的差異；亦即時下的宗教活動往往展現的是文化內涵創新，而非內隱的文化意義，其目的僅為滿足外界的關注程度，增進文化的認同感（靳菱菱，2010：128-129）。

文化的品牌化關係著國家、城市與城鄉聲譽的管理成效，觀光旅遊的推展，品牌出口行銷，文化傳統的底蘊及民眾的支持是創造國家品牌（Nation Branding）的構成要素，政府、事業單位、人民和企業共同打造品牌技術是基於地方（place）的特性表現（Anholt，2003；ILHEM ALLAGUI、ABEER AL-NAJJAR，2018：69）。品牌技術的打造是傳統發明的概念延伸，萃取文化底蘊，品牌打造者透過文化認

[37] 「被發明的傳統」的實踐取決於發明者的文化認同（cultural identity）及期望被認同，文化的事實較接近「過去」歷史的再組構，傳統是社會政治、自由市場經濟及產業政策等現代化的操作，關乎「文化是生活意義載體」的觀念（靳菱菱，2010：123-124）。歷史重構的過程以發明者的視角，面對社會的現代性（modernity），捨去「過去」對「發明」的限制條件，保留文化的民族、族群的地方內涵，創造銜接現代化社會的文化傳承方法。埃里克·霍布斯鮑姆（Eric Hobsbawm）的觀點在於文化的內涵不會改變，傳統的價值意識傳輸本質可以被視為處理文化傳承的工具；工具形式的選擇決定在維持社會的結構（Meyer Stanislaw，2008：11）。換言之，隨著時代的發展，這個維持社會結構的工具運用模式必須有所調整。「被發明的傳統」的原則性目的：「迎合時代的現代性，依據自我的文化認同，傳輸被概念化的文化內涵。」

[38] 新的傳輸工具改變傳統的存在形式，圖示或符號的「想像」（imagine）也是一種傳統的傳輸方式，是文化訊息傳遞的媒介，例如：帶有國族及民族意識的國旗、黨徽、呈現企業形象的企業符號。著名案例是阿聯酋空軍 F16 戰鬥機女性飛行員 Mariam Al Mansouri 在駕駛艙帶著國旗圖像的安全帽象徵對於西方戰機駕駛只能是男性的刻板性敘事，這突顯傳統的發明還有建立或凝聚民族、社會意識的作用（ILHEM ALLAGUI、ABEER AL-NAJJAR，2018：78）。

同的共識者的參與，包括：文化企業資本（Cultural enterprise capital）與文化公民（cultural citizen）的身體實踐—想像（imagine），導向社會記憶塑造新的文化形象，其工具為「傳統」文化認同的想像，做為傳達企業品牌與文化連結的意義，文化企業資本與文化公民按國家的文化治理（cultural governance）政策，經政治手段進行資源的分配，穩定品牌行銷的管道運作。市政府上位政策的品牌技術打造能夠輔助缺乏競爭力的傳統發明工作者/單位，或是協助原來的文化傳統無法銜接現代性社會運作的地方，都是「被發明的傳統」（invented tradition）概念實踐的產業（Cooke，2014；ILHEM ALLAGUI、ABEER AL-NAJJAR，2018：69），例如：文化創意產業，地方再生產業等等。

起初的月老信仰以網路行銷宣傳為主，廟埕人潮匯集的盛景成為最直接的行銷宣傳。2020 年，再由知名品牌設計專業團隊，正式將月老信仰文化予以「品牌化」，打造國際形象成為城市文化經濟的一部分。2022 年，廟方管理人接受訪問時表示，隨著時代變化，傳統信仰有必要仰賴行銷，月老信仰是他認為最能將傳統宗教連結社會群我，尤其是年輕族群。月老是最能夠對外接近年輕人的行銷策略（周聖凱，2022）。近年更走向國際化行銷(劉建豪，2015)，特別是日本等國際遊客喜歡到訪的宗教觀光景點。城隍廟自此成為文化品牌的賣店，其經濟效益多少能夠延伸至周圍店家，帶動街區商業經濟發展(圖 4-3-2、圖 4-3-3)。



圖 4-3-2：廟宇成為文化商品的賣店



圖 4-3-3：宗教商機的延伸

肆、廟埕空間之商業化

1980 年至 1990 年代的道路拓寬可能改變市街尺度一事，城隍廟與迪化街兩側店屋建築有著相同的處境，面對不確定的都市計畫政策，廟方管理委員會對廟埕市集進行空間清理，決定面對政策的任何決策結果。1994 年，廟方管理主事更換，這個時候的市街已經確定保留，並且完成都市設計的空間時，市街預備進入城市的旅遊化進程。此時的委員會轉為文化公民的角色，可能是過去城隍迎神賽會帶動街區觀光的敘事架構，選擇最快喚起人們對於這個宗教場所的認同及歸屬感的文化行銷對象—月老信仰。過去做為與市街商業生活關係密切的廟前小吃市集被做空間清理，廟埕空間的公共性因周圍砌築矮牆及設置車阻，使得廟埕空間公共性被私營化，趨向商業性(圖 4-3-4)。



圖 4-3-4：廟埕空間的公共性私營化

伍、廟埕商業化限縮地方性

社會記憶的形式有紙本化史料，也有存在紀念性場所的廟會或繞境儀典活動當中，透過集體活動的個體或社會成員身體實踐的社會性，有著喚起、塑造、承載和儲存的功能（王志弘，2003：11）。地方（place）體現社會的文化現象，人們的信仰與宗教場域之間，存有一個聯繫的物質基礎，物質改變即代表仕紳化的形

成（Thorstensen Erik、Landsverk Hagen Aina、Brattbakk Ingar，2021：13）。宗教在城市更新的日常結構，或是規劃、話語、實踐和觀點總是被忽略，因為宗教地點經常被認為是「過去」，而非是未來（Smith，1992；Stump，2008；Erik Thorstensen,de Botton 2013；Erik Thorstensen, Aina Landsverk Hagen and Ingar Brattbakk，2021：1）。在城市的進程中，宗教地點被認為應該處在時間暫停的狀態。事實上，當空間的公共性轉為私有化時，並涉及到利益層面的生存現實問題，城隍廟前的空間清理或許是當初為因應市街發展觀光的空間政策，產生文化包裝宗教信仰的商機創造想法。

城隍廟暗訪路徑連結城隍廟與軒社、宮廟，正是人們透過儀典活動的社會實踐，延續歷史的集體記憶，並展現地方認同及宗教的歸屬感。傳統儀典路徑並沒有出現顯著的改變，繞境隊伍陣列內容的增加變化是社會成長的對照。這個集體記憶經過國家的宗教與社會政策限制，儀典籌辦組織異動，並迪化街進入國際觀光產業發展之後，城隍廟轉型城市文化經濟，重塑連結信眾與廟宇的物質媒介—月老信仰的文化品牌。

廟埕空間的政治性脫離戰後威權主義，空間清理優化，順應全球化文化品味消費意識，趨向私營化的宗教模式是這個宗教場域的仕紳化結果[39]，傳統暗訪路徑建構的城市意象，受到威權政治及地方組織的異動影響，削弱地方形象（Thorstensen Erik、Landsverk Hagen Aina、Brattbakk Ingar，2021：1、6、13），這個宗教場域的仕紳化減弱其他的宮廟的地方形象(圖 4-3-5)。



圖 4-3-5：福德宮的日常景象

[39]城市更新與其仕紳化存在宗教的私有化（Casanova 1994；Erik Thorstensen, Aina Landsverk Hagen and Ingar Brattbakk，2021：1）。

月老的文化品牌建構似乎模糊人們對城隍廟主祀與從祀神祇的認知，也是一種地方形象的改變。在 COVID-19 疫情警戒前後，城隍廟前的儀式活動有些改變。疫情警戒之前，月老信仰是空間的焦點(圖 4-3-6、圖 4-3-7)；警戒期間以及解封初期，零星的住民前來祈求平安，卻能重現城隍信仰的地方歸屬感(圖 4-3-8、圖 4-3-9)。筆者認為這裡所指的宗教場域的商業化結果限縮了地方性，亦即城隍信仰與大稻埕宗教歷史的集體記憶。

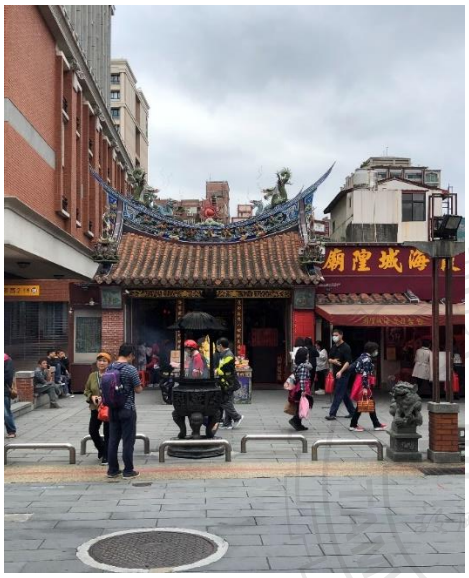


圖 4-3-6：平日白天廟埕的祭祀活動（筆者於 20201127 攝）



圖 4-3-7：平日夜間廟埕的祭祀活動（筆者於 20210304 攝）



圖 4-3-8：疫情警戒期間白天的廟埕活動（筆者於 20210702 攝）

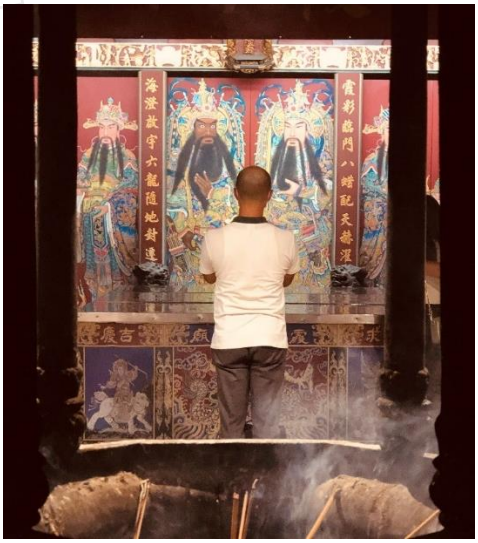


圖 4-3-9：疫情警戒期間夜間的廟埕活動（筆者於 20210828 攝）

第四節　小結：大稻埕的新城市前沿

壹、仕紳化空間標籤的複製體現街區日常的改變

相機店、陶藝精品店等高檔店面的裝修及陳設，已是國際間城市研究學者公認的全球化商店街空間特徵，筆者認為這個空間現象同樣是街區日常顯著的改變。旅遊化之後，歷史街區持續擴張的咖啡廳、精品店、高級餐廳及酒吧等，不斷複製全球化城市公認的仕紳化標籤(Zukin Sharon，2009)，已經改變街區的日常風貌。我們對於街區內的店屋商業歷史的瞭解，通常透過建築立面的商號標記(圖 4-4-1 至圖 4-4-3)，認同地方的場所記憶，近年來這些店屋立面的歷史商號痕跡越來越少(圖 4-4-1)，連鎖便利商店、咖啡廳、文創藝品店的新招牌掛在店屋立面，以及街區邊緣持續開展的旅宿、酒吧、咖啡廳及餐廳等觀光服務機能的興起是旅遊化後，街區日常改變最直接的外顯空間特徵。



圖 4-4-1：保留歷史商號的文創店



圖 4-4-2：歷史商號與新店面並存



圖 4-4-3：歷史商號與新店鋪並存



圖 4-4-4：新招牌與店鋪

貳、店屋商業空間垂直發展體現空間階級化

「一屋一店家」代表大稻埕店屋空間型態有明確的公私領域及住商機能。權利關係架構的改變，文化企業主成為店主，據其經營效益評估及對旅遊化觀光資源的定位布局，衍生的單一店屋的分租使用，是傳統店屋商業空間趨向垂直化發展的因素，這顯示在商業空間量有限的街區，旅遊化資源的不斷複製，讓實際的空間趨向飽和。

店屋空間垂直發展的流動性（mobility）和公共性（publicity）是文化公民打造的文化想像場域，高租金店面緊鄰街面，較低租金的休閒服務店鋪落點店屋上方樓層，顯現舊建築修復後的空間階級化[40]。店屋空間隱私經驗的商品化提供店鋪營運的文化消費條件，但是在全球化的高流動汰換機制，面對不定的淘汰機制，簡易裝修與陳設布置是店主面對新自由主義競爭—汰弱扶強的國際商店街做出的空間對策。淘汰機制也就形成社會排他現象，一種社會階級分化的仕紳化現象。

[40] 舊城區以文化遺產做為旅遊化的經濟骨幹，老舊建築的權利關係人有經濟能力 / 意願修繕，或是所有權人沒有能力 / 意願修繕，有另一種權利關係人—店主挹注資本，導入觀光娛樂的服務資源，兩種方式完成修復的老屋都能振興街區經濟，並都能形成空間的階級化(Jones G. A.、Varley A.，1999)。20 世紀，他讓住民生活「被迫」改變－驅離、隔離、兩極分化等不可復原的社會決裂。

參、旅遊地的仕紳化新標籤：紅色路權

研究以「紅色路權」指出一日性週日徒步區是有政治性的空間，象徵街區利益獲得的分配，代表社會群體因有無參與權，街區主體出現群我關係的分化。觀察這個由地方組織有目的性的、私有化的、旅遊的公共空間之短暫日常，筆者關注的是空間邊緣的未具參與權的社會個體遭到驅離，街頭藝人的表演權，流動攤販的生活權，以及遊民在路權解除後回到街區，筆者認為可以將這個私營化的公共空間給予政治性仕紳化的新空間標籤。

肆、商業性仕紳化存在可持續性的空間對策

街區店屋空間的全球化及商空化是街區主體的政治性空間作用，呼應市政府上位政策的實質空間—土地使用分區構想城市市民公共生活場域的因應結果。這個對策的回應可以從街區現場幾個因應旅遊化，街區主體依據可持續性經營理念，提出四個有關調整日常生活作息空間利用對策，分別是：

一、傳統產業空間的混用：歷史產業店鋪延伸營業空間至騎樓

中藥、燕窩及南北貨店鋪的騎樓普遍設置花車，販賣各種通路的零售食品，作為服務觀光的參與見證。南北貨本為民生物資食品通路，其轉型或是兼營觀光服務自然合理，但對於中藥及燕窩等高檔食品業者而言，他們的空間混用變有較明確的動機是回應旅遊化政策的空間處理。

二、傳統產業空間品質升級：產業經營的可持續性

有別於南街顯著的全球化及商空化發展，在中北街及北街可以看到木(竹)器、金紙香鋪、碾米店、糕餅店等，傳統產業空間的優化，形成手信(名產禮品)專業街，這條新的專業街是傳統業者的可持續性理念展現，同樣是旅遊化影響的外顯空間特徵。

三、公共空間的短暫性私有化：假日市集與行人專用徒步區

假日市集與徒步區是地方社會組織確保街區觀光利益的政治性公共空間，就實際的使用來看，應該是對市民開放的公共休閒場域，但是對於有意願參與觀光服務，但並未獲得準入(繳交租金)的流動攤販業者及街頭藝人來說，這些空間其實屬於私營化，與呂大吉所言的空間公益性—不分社會群我的階級概念，仍有一定的距離。

四、廟埕空間的商業化

城隍廟做為大稻埕的地方信仰中心，保留深刻的集體記憶，連結地方宮廟構成的信仰網路，是住民重要的生活場域。因應旅遊化，傳統月老信仰的文化商品化，以及廟埕空間的商業化，取代過去傳統小吃的住民生活場域，這也是廟方因應政策採取的空間對策。

歷史街區旅遊化政策對空間結構的調整，形成的城市仕紳化觀察，發現他的位置總是在政策的對策面，是街區主體社會關係的改變，連結新舊產業經濟活動對應政策的空間規範，自覺性的改變生活日常，提出的空間使用想法，所有的對策都有共同的目的，那就是產業經濟活動與生活、信仰等日常的可持續性。

伍、仕紳化的新觀點：使住民自覺性選擇改變生活作息

過去的城市仕紳化被指是「富人入侵」空間現象(Simon Parker，2003：86；王志弘，2007：123)，體現社會的群體關係變化，不具經濟自主性的社會底層驅離長期住居的場域；1990 年後，這個現象發生在國家與資本支配的都市公共空間(Smith,Neil，1996a：15)，經常造成社會群體的分化而多有負評。以往研究指出大稻埕存在仕紳化生成因素—「租隙」(rent gap) [41]，原商業經濟活動的空間位移，產

[41] 李承嘉（2000）檢視迪化街的租隙「資本化地租」存在狀態(即契約地租，Bourassa 觀點；李承嘉，2000：83)，訪談調查當地租金級距的變化，指出專用區劃定後的迪化街確實存在租隙現象；同時，他主張建築破敗老舊使得實際地租下滑，拉大租隙即是仕紳化出現的機會(李承嘉，2000：

生不可恢復的社會群體分化，實為商業仕紳化的汰換機制[42]。

現今的研究對於城市仕紳化的指認已有共識，即在不同的城市以適切的形式影響社會群體的活動，改變某些社會作用(Simon Parker，2003：87；王志弘，2007：124)。大稻埕的商業文化載體，店屋群具有特定專業服務城市的公共性—批發商業網絡，這個商業店鋪群體本來就具公共性。127 公店的空間經驗再現市街的大眾化的公共利益，包括：傳統產業建築與人文空間的觀摩與學習，甚至取得文化商品化的產業資源(布料、中藥、南北貨)。政策空間打開消費主義的自由市場，經濟能力的集中代表著仕紳化的存在(Simon Parker，2003：86；王志弘，2007：123)。

綜觀以上論述，筆者最後以住民/店家生活改變的角度，看待傳統店屋空間使用模式的不可復原，提出一個屬於商業性仕紳化的觀點。1964 年，盧絲.格拉斯（Ruth Glass）提出城市仕紳化是這無法復原的社會關系決裂，他讓住民被迫改變生活，搬離原居住地，甚至流離失所。即使到 20 世紀末期進入 21 世紀初，這股城市進程的社會作用推力，就算資本趨向平等，社會階級差距略有縮短，他仍然讓社會群體處於對立的狀態，而且還是存在歷史街區。

同樣在 21 世紀，我們在大稻埕看到旅遊化之後的歷史街區，擁有一定經濟條件的傳統產業店家，大多保有固定的客群來源，尤其是中藥、燕窩、南北貨等業種，旅遊化對這些產業帶來的影響，大概就是交通限制上的生活不便。確實在旅遊化的過程，出現少數店家因為租金的問題而離開高競爭的核心區，但據瞭解這個情況，目前還是為少數個案的狀況。研究關注的是專業經營高端客戶的中藥、燕窩店家能選擇擺出花車服務觀光客，甚至優化店面裝修，這是旅遊化帶起街區觀光的環境質量提升，包括引入消費人潮，促使這些高檔店家自覺性的調整營業作息，甚至改變空間使用模式，加入旅遊地的觀光服務。也就是說，大稻埕歷史

80)，這裡指的是仕紳進場投資的機會是在破舊建築空間的整修之後。

[42] 迪化街經歷城市衰退到再生週期的開始，其復甦的帶動取決於政治因素，文化品味消費建構的城市現象體現在街道兩側文化商店，吸引更多高收入的文化群體加入，帶來店面租金的調漲，也使得經濟條件不足的店家被迫遷離；出現社會群我關係的分化，被認定是一種「仕紳化」（Gert-Jan Hospers，2014：127）。

街區發展旅遊地的空間再結構過程，傳統的上住、下店空間使用模式去除，在商業場域出現仕紳化「使之改變」的社會作用，雖然不至於造成街區店家生活改變後的社會關係不可復原，但這個建立在店家商業利益的可持續性經營理念的自覺性選擇改變，恐不易再現傳統的空間使用模式。

TAMKANG UNIVERSITY

第五章　研究結論、限制問題處理與後續建議

第一節　研究結論：旅遊化後的大稻埕城市空間再結構及仕紳化

大稻埕歷史街區通過專用區劃定 20 餘年來的城市進程，保存市街風貌及建築空間型態，今日所見全球化及新興產業的商空化觀光商店街。是街區主體面對旅遊化的國家及市政府等上位政策影響下，地方社會組織對應的政治性空間生產，文化觀光資源嵌入旅遊地，經濟活動連結導向觀光區位建構的空間再結構結果。這個結果象徵消費主義意識形態、資本主義、街區權利關係，以及無意識的住民生活日常共同架構的都市文化經濟體，即以店屋商人文化意象塑造的大稻埕旅遊品牌。國家政府、權利關係人及資本仕紳的有意識集體決策，推動街區成為國際性觀光的懷舊復古老街。在這個政治性公共空間已鮮少再見到商人文化認同的店屋「上住、下店」空間性，目前仍保留部分店家無意識的日常作息，例如：街區核心未參與服務主街觀光的中藥行、燕窩行或市街邊緣的傳統飲食攤販，以及周圍住民生活。

人們對於大稻埕的文化認同是過去由中藥街、南北貨街、布街與茶街，以及民生物資商店等專業分工的小型商店街連結的集體記憶，並與信仰中心及市民小吃飲食文化建構出大稻埕的地方性，這個地方(Place)有著內建的經濟活動與社會結構。就 Philip Kasinitz(2015)的觀點，這樣具有特殊性的商店街，倘若能夠積極展現豐富的地方性，更能突顯城市經濟的競爭條件。這個文化的經濟競爭特質觀點，也是當年夏鑄九所認同的街區在這座城市發展文化觀光的條件。

2000 年至 2010 年的街區復甦結果，核心區的幾個路段恢復清楚的傳統產業(歷史業種)專業分工，顯示街區的地方性再現。那時國家的文化創意產業、國際觀光與兩岸觀光開放政策，地方政府的文化資產建築修復及商業輔導計畫，經由空間實務的技術實踐，歷史街區從專門化批發市集轉型成為文化觀光旅遊地。

2011 年至 2021 年的城市行銷時期，街區核心路段的經濟活動呈現「混用」的商業機能狀態，咖啡廳、餐廳、飲料店、文創藝品店等同質性的全球化觀光服務店鋪的持續複製，新式招牌比例遠超過店屋的歷史商號，顯示這個旅遊地已經全球性的商業仕紳化。商業空間往上方樓層的垂直移動，或是向二進以後的平面延伸，持續容納新的店鋪是商業機能混用狀態的原因；有限的訪談訊息能告訴我們，臨街面的店鋪與上方樓層，二、三進空間的店面租金差異，已顯示空間的階級化生成。即使現階段無法獲得相關街區商業經濟收入的統計數據，尚無法具體驗證全球化對歷史街區傳統產業及個體店鋪的生存帶來的風險。但是從南街空間位移已能判斷街區的文化觀光經濟活動，加速擴張旅遊地的商空化(或稱商場化)。同時，本研究也確認 127 公店出現的 2010 年做為大稻埕城市空間再結構分期的正確性，顯示大稻埕的觀光行銷先由地方組織及文化企業推行，2018 年才成為市政府修正細部計畫的政策主軸，這個現象體現大稻埕商人洞察商機的文化特質。

旅遊地的商空化是消費主義經濟活動的空間特徵，歷史街區店屋空間的使用改變結果，傳統產業、觀光產業及空間優化設計服務業的新舊經濟活動相嵌，所衍生的空間現象。兩種不同社會基礎的商業經濟活動交疊，讓傳統產業店家改變空間的使用，例如：中藥行、燕窩行及南北貨行有將過去盤商交貨的騎樓改做為服務觀光使用；也有經市府輔導或自行優化店面，專營旅遊地的觀光服務。筆者認為文化旅遊的全球化經濟活動，的確帶給歷史街區新的市街風貌，也顯現出商業性質的仕紳化的問題，像是媒體對特定商家的持續關注報導，最終是否造成街區商家的社會關係分化，必須透過結構式的問卷訪談做後續的追蹤調查。

回應 1988 年林衡道與夏鑄九對於專用區細部計畫實踐的談話，林衡道關心的「去住民化」在街區出現自營屋主在維持產權前提下，將屋出租轉做房東，尤其在南街；此外，店屋二樓以上維持住居日常的比例也是相當低。夏鑄九關注的權利關係人—街區主體的生存權利，權利關係架構雖有改變，屋主傾向將店屋租予觀光業者，他們已經和觀光產業經濟活動連結，即使自用也多選擇大眾化的觀光

商營性質。至於保有租賃契約關係的傳統店主，堅守可持續性的經營理念，一方面維持服務固定的客源，一方面兼營觀光服務，他們也找到傳統經濟活動嵌入文化觀光經濟活動的管道，例如：傳統產業文化的品牌化，或是透過餐廳、酒吧等觀光服務業者的物料供應鏈結，建立互助互信的新社會關係；部分的傳統店主選擇維持既有服務地方的社會基礎，但其依舊是旅遊地潛在的文化產業資源。

綜觀以上結論，文末從空間再結構的社會作用，環境因素與影響層面，以及仕紳化的觀點等三個部分，做以下研究歸結：

壹、城市空間空間再結構進程：專門化市街復甦至文化旅遊品牌建立

一、專門化市街的復甦：傳統產業經濟活動的社會基礎恢復

專用區細部計畫的土地使用分區的實質空間規劃，呈現的人文區位空間觀點，延續專用區劃定以前，大稻埕迪化街在國家經濟發展定位下，生成相互依賴的產業生態區位。2000 年專用區初期的實質空間實踐的政策面，以復甦傳統產業生態為目標，首要目的是保存市街風貌—店屋建築空間、人文(住民生活)及產業生態(生產模式及供應鏈結)；其次，是進入旅遊地發展的區位布置，包括：旅宿、飲食、食品零售、空間優化設計及工程等服務設施以及相關產業的空間鋪陳。在街區主體經濟復甦的對策面，權利關係架構核心的屋主與歷史產業店主恢復以往租賃關係的社會基礎，傳統經濟活動(物資批發)再度活絡，應該是店屋修建期在核心區一度恢復中藥街、南北貨街及布街等專門化批發時期的歷史產業專業分工的因素。

但是，再回到政策構想大稻埕歷史街區做為國際文化觀光旅遊地，使之邁向現在化城市生活場域的發展導向，前期市街的產業復甦，雖能再現地方的集體記憶，但站在觀光的產業生產模式角度，這個階段的歷史街區僅有傳統產業做為觀光資源，對於文化遺產觀光產業建構的資源供應尚顯不足，缺乏人文、文化、休憩與景觀資源。

二、地方政府輔導政策促成觀光資源整合及旅遊區位擴張：文化鑲嵌的社會作用

對於前述提到的觀光資源缺乏問題，127 公店的保存與空間紋理改造經驗，引導出市街探勘前述觀光資源的方向。店屋空間的去隱私性，第一進上方樓層俯看街道的無意識日常生活經驗，經過精緻的文化包裝成為消費者認同的地方文化體驗的商業場域，像是咖啡廳、茶藝館及餐館，這是城市行銷時期，市政府都市更新處與學界的專業技術引導的文化鑲嵌的社會作用的結果，在原有的傳產產業資源基礎，架構出人文與文化觀光資源的產業生產模式。

127 公店的公共性彰顯在空間人文及產業故事的傳遞，具有連接新舊產業經濟活動的文化鑲嵌社會作用，構成歷史街區發展文化觀光的產業生產模式，在這個旅遊地的空間在結構有一定的指標意義。

三、旅遊化後的全球化空間複製現象：商空化的混用商業機能

2011 年的屈臣氏大藥房改造為文創產業藝品店，同時間推動的大稻埕觀光產業發展的政策陸續導入街區。文創藝品店、精品店、咖啡廳、連鎖餐廳等全球化同質性商業的不斷複製，相對擠壓傳統產業店鋪的成長，尤其南街明顯趨向商空化，商業機能呈現混用狀態，也代表觀光資源的均衡狀態，這個全球化及商空化結果是大稻埕旅遊化空間再結構的空間現象。

另一個觀光產業生產模式的成效見證是文化表演，地方組織的公益活動展現街區做為城市公共空間的公共利益，還有國際觀光客與市民因認同大稻埕店屋商業文化的地方經驗，參與 1920s 懷舊復古著裝遊行的「身份認同」沉浸式消費，便是一種拼貼式文化象徵，亦可顯示歷史街區的觀光資源整合具有成效；也就是說，再生町通文化的懷舊復古老街，即是大稻埕旅遊品牌化的骨幹。

貳、歷史街區空間再結構因素及影響

一、空間再結構因素：文化觀光資源的整合

研究採用的空間分析策略，將歷史街區的旅遊地分出核心及邊緣區域，亦理解街區的空間再結構因素是基於文化旅遊觀光資源的整合，傳產與觀光經濟活動結合，朝向機能較健全，且可多元經營的旅遊地發展。從專用區初期以歷史產業作為觀光資源，經由城市治理的行銷推廣，加入人文、文化、休閒與景觀資源，完整了旅遊地的產業生產模式。2000 年至 2021 年，大稻埕歷史街區旅遊化的空間生產，象徵上位政策構想的城市文化經濟體，建構以店屋商人文化認同的旅遊品牌。

二、旅遊化後的空間再結構結果的影響

歷史街區旅遊化以後，空間再結構結果的影響分為對內及對外兩個面向：

(一)全球化商業空間的商場化

從研究假設的空間生產的論述架構，以產業生產模式、社會組織及空間(實質空間、象徵空間)三個面向的分析結果，看到政府在實質空間依據構想的城市市民生活採取的空間實務作用，處成特定商業及特定住宅區位內的文化觀光資源。文化觀光產業生產模式，建構在旅遊地的服務機能健全(政策面)的基礎，經由街區主體及地方組織的集體決策(對策面)，發展出「傳統產業」、「觀光產業」、「設計服務產業」等三個資源群組，在街區提出改變店屋室內空間(一進至三進，垂直空間)及騎樓用途，還有透過假日市集與徒步區創造街區收入機會等空間對策。同時，我們也看到文化企業主及商圈主事者於打造大稻埕旅遊化過程，扮演仕紳（gentrifier）角色。

歷史街區的旅遊發展軸心在城市行銷的旅遊化政策之下，傳統店家囿於店面

空間未能完全開放，改變室內空間及騎樓地營業模式，店屋內的空間開放消費使用，騎樓擺設花車或者出租；廣場的假日市集與南街的假日徒步區是地方組織為豐富人文及文化觀光資源，創造街區經濟所圍塑的私營化公共空間；精品店高檔的店鋪門面裝修及全球化招牌，也是為均衡街區觀光資源的空間優化結果。以上即是街區主體因應旅遊化政策，經空間對策呈現的全球化商業空間商場化的空間特徵，也是空間再結構的主要因素。

(二)推動街區外的城市改造

誠如前面幾位學者的論點，全球化城市的閒置城區復甦，基於歷史文化資源的商機再造條件，旅遊化大概是政策的優先選擇項目。舊城區的旅遊化結果，消費主義對文化品味內在價值認定的意識形態，加大店面租金的租隙效應，也能扮演新城市前沿的空間角色，在周圍的物質環境推動新一波的城市改造。

這個新的城市更新已經在 2021 年的街區南邊引發關注，事實上在 2020 年的專用區北側也已經出現都市更新的建案。舊城區的在都市化效應，值得關心的是城市飛地(Urban enclave)出現的可能。

參、大稻埕歷史街區的城市仕紳化

旅遊化(Tourism)是歷史街區物質環境優化，提升空間品質的動機，店屋建築及空間的修復帶起空間美學的文化品味消費意識，成為大稻埕進行城市行銷時期，觀光產業生產模式的主軸—地方認同與文化商品化，豐富街區的觀光資源的亮點。在街區空間結構調整的結果，筆者看見三個傳統的仕紳化狀態，以及一個屬於大稻埕的仕紳化現象，說明如下：

一、傳統仕紳化的迫使改變：隔離與驅逐

20 世紀中葉以後，城市復甦的歷程經常會見到資本主義擠壓社會底層的群體

關係異化，往往迫使原有住民被迫改變生活方式，甚至改變居住地，亦即迫使住民離開，造成不可復原的決裂式社會關係。20 世紀後期，國家權力干預與資本主義投入城市公共空間的開發及利益支配，過去傳統政治的集體決策生成的仕紳化(Gentrification）的「迫使住民改變生活」社會作用，可能造成社會群體的決裂性分化，他讓住民生活被迫改變，且通常發生在物質環境品質提升後的邊緣。時至今日，我們在大稻埕歷史街區的田野觀察看到旅遊化提升物質環境品質，依然存在社會與空間的階級化—紅色路權內的社會隔離與短暫性驅逐社會底層。

二、商業場域的仕紳化：空間位移

空間位移(spatial displacement)是研究設定指認仕紳化造成社會不可復原的標準，結果確實發現南街的個體店面受租金調漲而離開，這個少部分的空間再結構現象顯現 Smith,Neil 的論點。此現象是大稻埕城市行銷時期，消費主義意識形態影響屋主認定租金所造成的主街空間迫使性的個體店鋪位移。今日，這樣的小型店面雖已不再容易直接進駐主街，但經濟能力較低的歷史業種是否會有後續的位移值得追蹤觀察。

三、宗教場域的仕紳化限縮地方性：信仰文化的商業化

城隍廟清理廟埕的地方集體記憶，轉向月老信仰文化的商業經營，宗教場域與商業行為相連結，就宗教的群我關係，街區觀光經濟活動的政治性決策，與地方信仰的距離出現仕紳化，呼應 Simo Parker(2003)對於全球化城市與社會群體屬性的相互社會作用，已有多元形式的仕紳化之見解。

四、關於大稻埕的仕紳化：商人文化意識的自覺性去空間性

中藥、南北貨、布疋及茶葉等傳統產業在這 20 餘年的旅遊化城市進程，在「可持續性」的概念下，面對兩個問題，首先是面對市街保存規範及再生計畫傳統產業如何連接觀光服務，其次是如何避免受到旅遊觀光產業的空間限縮影響。調查

發現傳統產業提出兩種對策，因應旅遊化的影響，第一種是全面優化店面空間，以及產業通路(包括電商服務)，這些店家主要是傳統食品業或是南北貨業；第二種是利用騎樓空間兼做觀光服務，例如：中藥業及燕窩業者在店面的騎樓自營食品零售，或者出租予攤販業者。不論何者提出的旅遊化因應對策，據瞭解的這都是因為街區主體基於權利關係架構的核心，而且具備足夠的資本，所以保有可持續性的自營能力。

使住民店家改變生活的自覺性調整日常營業作息，包括：營業空間的延伸或是開放使用，調整營業時間等是街區主體展現經濟能力，及其在權利關係架構位置，屋主與新的店主對消費主義意識的契合，促成國家與市政府等上位政策構想的實踐。也有部分傳統產業的權利關係人認為沒有絕對必要依賴觀光客，達到營業的可持續性目的；他們仍然維持服務固定屬性的客群，選擇不參與週日實施市街利益共享的紅色路權。這個選擇同樣是基於他們的經濟能力，而保有參與的決定權；南街的燕窩行便是代表性的個案，COVID-19 疫情前，這間燕窩行前的騎樓擺放花車，隔壁的自用店屋經營養生餐廳，都是服務觀光客的休閒飲食資源。疫情後，結束餐廳營業，淨空騎樓，恢復專營高端客源的燕窩養生食品銷售。筆者認為在街區出現的是商業性質的仕紳化，能夠讓老舊的店面優化，連結旅遊地的觀光服務產業模式，但要捨去傳統店屋的空間使用模式，並且要面對的後續問題是消費主義的公眾形象維持。

我們在街區的旅遊化過程，觀察社會、商業及宗教活動，發現有目的性的意識形態，導入街區的空間再結構，相對顯現的是不同的意識形態影響的群體屬性也不儘相同。徒步區市街利益分配的政治性考量，在空間邊緣生成社會的仕紳化；消費主義經濟活動深入街區，引發文化價值形式的租隙效應，排擠個體店鋪，出現商業的仕紳化；城隍廟為鞏固信仰中心的地位，清理廟埕的地方集體記憶，將月老信仰建構的文化品牌嵌入觀光經濟活動，與地方信仰的連結關係出現變化，屬於宗教場域發生的仕紳化。

總觀以上大稻埕的商營環境因應旅遊的發展的變化觀察，筆者發現大稻埕旅遊化後，衍生出一種因商人文化特質展現，自覺性的去空間性，生成商業性質的仕紳化現象。過去的舊城區旅遊化再生經驗，資本主義的挹注，新的商營經濟活動經常大幅取代舊的經濟活動，波隆那（Bologna）的住民地，以及布魯克林（Brooklyn）的藝術家生活場域都是因應觀光資本主義的挹注，大量的新商業型態店面，剝奪原有住民生活場域的空間使用權，生成一種被迫改變的，且不可復原的住民生活日常異化，這是典型的舊城區再生的仕紳化現象。

在大稻埕的這波城市進程，同樣生成波隆那經驗下的物質環境仕紳化現象，但同時也出現住民日常改變且不可復原的自覺性表現，即屋主與轉租型店主之間的權利關係發展。南街的文創商場的垂直化商空，是原屋主在維持產權情況下，停止自營業種，轉向租賃成為房東，又或是交接給下世代經營的空間再結構，是因為街區主體的經濟實力，不被外資影響的結果。

筆者認為城市仕紳化在大稻埕表現一種「使之改變」的推力，原則上並沒有造成顯著的商業生存迫害，但是他的”去空間性”導致一種具文化認同的社會生活日常異化，亦即傳統店屋的上住、下店空間型態完全的商空化。這樣的自覺性改變是旅遊化經濟效益顯現的商營業態改變，代表城市行銷的政策實踐成效，同時也是大稻埕商人文化意識特質—韌性的再次展現。

這個舊城區再生的商業場域生成仕紳化新解，補足過去研究聚焦現代性生活場域套疊歷史場域，僅指涉高檔餐廳、酒吧、咖啡廳等仕紳化空間覆蓋歷史場域(Jones G. A.、Varley A.，1999)，或是全球化商空擴張壓縮傳統商營業種的生存(Zukin Sharon，2009) 等外來影響論點，忽略歷史場域邁向現代化生活時，所生成的空間性異化，亦即不可復原的空間現象，他是一種因認同文化旅遊消費主義的自覺性改變，這種仕紳化現象發生在高度競爭的旅遊地核心區域。

第二節　研究限制問題的處理及後續建議

壹、現階段的研究限制及處理

研究過程有兩個執行窒礙囿於研究資源的取得，暫時無法突破。首先是訪談部分，因街區主體對來訪者的身份及動機認定，未能直接與權利關係架構核心的屋主及店主做結構式的訪談，瞭解他們對於歷史街區發展旅遊的的看法。研究過程盡量透過經歷店屋修建時期的參與者開放式談話，大致掌握權利關係的核心對於街區旅遊化的看法，屋主與傳統店主普遍認同開放觀光有助市街風貌與店屋建築文化的保存。但是對於文創新興產業進駐市街再生，全球化商業店鋪的顯著成長，屋主們所持的態度傾向消費主義的意識形態。研究採取的空間生產論述，在無法做深度訪談的情況下，較沒有機會談及鄰里關係的變化與深層的影響，僅能從文化企業主加入權利關係架構，以及新舊經濟活動的連結，盡可能說明地方社會基礎的變動，在商業及宗教場域生成仕紳化的空間現象。

其次，有關撤離的店家是否確實因租金問題「被迫」離開，在沒有權利關係人及不動產業者協助統計市場租金變動的完整分析，本階段依據能夠掌握租金變動的範圍，在時序上多落在城市行銷期，南街小資本個體店鋪的空間位移，經由研究文獻的文本分析，間接證實租隙效應的存在。目前掌握的官方實價登錄資訊可視化，大致呈現南街店面及住屋租金確實居於街區的高端價位，可做為未來大數據統計可視化圖資判讀參考，進一步實證租金效應對空間再結構的具體影響。

貳、後續研究建議

大稻埕城市發展旅遊化的過程，因店家的汰換頻繁，空間結構始終處於動態，城市行銷時期的空間再結構分析結果亦僅是階段性的紀錄成果。後續的大稻埕特區發展應該會維持街區文化遺產的觀光主軸，以城市文化經濟與市民生活的公眾

性為基礎，繼續豐富實際空間的觀光資源與經濟活動，確保街區觀光產業生產的可持續性。然而，面對商店街這個複雜的經濟體多樣的變動，常態性的店家汰換若已是歷史街區的日常，這樣的變動究竟是租金的影響，還是社會的群我意識分化所導致，值得持續關注。最後，提出兩個後續可再延伸探討的課題：

一、歷史街區的城市飛地化與社會結構的轉變

研究過程，不論是對市街發展參與者的訪談，若是經由媒體專訪市街參與者報導專文的文本分析，瞭解歷史街區從店屋修建的階段，進入市街風貌護育成果的行銷階段，街區似乎正在形成一種特定的准入制度。這個潛在的社會群我關係，可能造成「經濟活動開放，鄰里關係封閉」的社會結構。筆者對此社會關係的看法，他可能使街區在旅遊化之後，繼續推動新的空間改造，進入城市飛地化(Urban Enclave)的下階段進程。近來在專用區邊緣的高級住宅興建案持續進行中，似乎正在回應 Smith（1996）的舊城區復甦帶起更大規模的城市改造說。這個都市更新是否確實拉抬歷史街區的房價、租金的中位數，興起一波不動產經濟效益，值得觀察。上乾元中藥行因租金負擔因素的離開是否再複製，形成一股歷史產業的消逝，值得做為後續大稻埕城市飛地化的社會觀察核心課題。

二、店家形象塑造與仕紳化的關聯性

Zukin Sharon(2015)提到媒體塑造商店街與商家的形象，是全球化商店街產業經濟生態建構的一個環節。本研究探討街區再結構的分析過程，引用的關於街區特色店家及焦點人物的專訪文章，發現有受訪者及採訪店家不斷重複的情形。政府商業輔導政策提升傳統店家的門面裝修檔次，再加上媒體網路的傳播，逐漸累積關注大稻埕旅遊地發展特色的網路聲量，確實推廣大稻埕的旅遊品牌。店家形象的建立帶動街道的魅力，我們觀察近年網路報導、雜誌專訪與網路影集等媒體傳

播有關大稻埕旅遊訊息，大多集中在南街一帶；比對實際商業活動的紀錄，便能得知歷史街區發展不均衡的原因，除了已知道的空間區位、租隙效應及社會基礎的影響，有機會再由媒體形象的社會作用觀察，進一步探討商業場域的仕紳化狀態。

TAMKANG UNIVERSITY

參考文獻

一、專著書籍及學位論文

王志弘，徐苔玲譯，2007，《遇見都市：理論與經驗》，國家教育研究院。

王慧瑜，2010，《日治時期臺北地區日本人的物質生活：1895-1937》，臺灣師範大學臺灣史所碩論。

米復國，1997，《1860s~1890s 淡水、大稻埕及艋舺殖民建築之研究：殖民與後殖民論述的考察》，行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告。

李東明，2003，《臺灣傳統街屋建築空間形式與再利用之研究》，內政部建研所。

周春山，2007，〈城市空間結構與形態〉，《21 世紀高等院校教材集》。廣州市：科学出版社。

林衡道口述、邱秀堂整理，1996，《臺灣風情》，聯經出版社。

夏鑄九，1989，《迪化街特定專用區現況調查及發展可行性之研究》。臺北市：臺北市政府工務局都市計畫處。

許耀祖，2019，《舊城區觀光仕紳化與社會資本轉變之連動關係—臺南市神農街之個案研究》，成功大學都市計劃研究所碩論。

陳宏銘，1991，《空間結構：理論與方法論》，臺北：明文。

喻肇青，1990，《大稻埕特定專用區初步發展構想及都市設計之研究》，中原大學建築研究所都市設計研究室。

廖家顯，1996，《迪化街租隙之研究》，國立中興大學都市計畫研究所碩士論文。

臺北市政府，2000，〈擬訂臺北市大同區大稻埕歷史風貌特定專用區細部計畫案》。

臺北市政府，2018，〈臺北市大同區大稻埕歷史風貌特定專用區細部計畫案〉，《臺北市都市計畫書》。

劉豪華，2015，《臺灣寺廟經營策略之研究—以臺北霞海城隍廟為例》，淡江大學國際企業學系碩士在職專班碩士論文。

二、中文期刊論文

方可，2009，〈珍•雅各關於城市多樣性的思想及其對舊城改造的啟示—簡·雅各斯「美國大城市的生與死」讀後〉，《國際城市規劃》，S1：177-179。

王丹、王士君，2007，〈美國"新城市主義"與"精明增長"發展觀解讀〉，《國際城市規劃》，Vol.22，No.2：61-66。

王志弘，2003，〈記憶再現體制的構作：臺北市官方城市書寫之分析〉，《文化研究學會年會暨「靠文化•By Culture」研討會論文集》：9-51。

王志弘、林純秀，2013，〈都市自然的治理與轉化：新北市二重疏洪道〉，《臺灣社會研究季刊》92：35-71。

王佳煌，2021，〈臺北市迪化街消費地景之研究：以藝埕系列與 URS 329 稻舍為例〉《休閒研究》，11（1），01-19

王鴻楷、陳坤宏，1989，〈美有關都市商業設施空間結構的一些理念〉，《國立臺灣大學建築與城鄉研究學報》，(4)：1-18。

石計生，2012，〈大稻埕異托邦─百年城市裡的「福科問題」與文化閒逛〉，《臺灣社會研究季刊》，88，頁 41-88。

吳光庭，2012，〈都市文化遺產保存與地區再生的對話--以臺北市迪化街一段「127公店」為例〉，博物館學季刊，26（1）：7-17。

宋光宇，1993，〈霞海城隍祭典與臺北大稻埕商業發展的關係〉，《中央研究院歷史語言所研究集刊》第 62 期：291-336。

宋光宇，2012，〈1920 年代迎神賽會與臺北商業體系的形成〉，《宗教哲學》第 12 期：113-147。

李文環，1999，〈戰後初期臺灣關貿政策之分析(1945-1949)〉，《臺灣風物》49(4)：129-170。

李秀娥，2006，〈臺北霞海城隍廟〉，《臺北文獻直字》157：47-93。

李秀娥，2007，〈臺北霞海城隍廟建廟一百五十週年的暗訪和聖誕繞境〉，《文資學報》3：37-78。

李承嘉，2000，〈租隙理論之發展及其限制〉，《臺灣土地科學學報》，創刊號，頁 67-89。

林文一，2021，〈迪化街保存特區治理性的形塑、實踐及其特殊性〉，《都市與計畫》，第 48 卷，第 3 期：311~346。

林巧敏、范蔚敏，2010，〈臺灣地區檔案學文獻計量分析〉，《圖書與資訊學刊》，Feb'10，頁 16-38。

林致秀，1988，〈它的未來不是夢- - 談迪化街之保存問題〉，《中華民國建築師雜誌》，頁 126-129。

林栢年，2015，〈城市生態的足跡—重探臺灣傳統城是空間的歷史特徵〉，《文資學報》，第 9 期，47-83。

林崇傑，2008，〈臺灣運用容積移轉於歷史保存之政策與實踐之檢討〉，《文資學報》，NO.4：27-92。

柯一青，2016，〈臺灣在地化社區營造與文化創意產業政策與發展〉，《文資學報》，NO.10：1-27。

胡紹嘉，2014，〈記憶寫作、日常生活與社會存在：以詹宏志的懷舊敘事為例〉，《新聞學研究》，第 118 期：87-129。

夏傳位，2014，〈新自由主義是什麼？要三種理論觀點的比較研究〉，《臺灣社會學》第 27 期：141-166。

夏鑄九，1994，〈（重）建構公共空間—理論的反省〉，《臺灣社會研究季刊》，16，頁 21-54。

殷寶寧，2011，〈歷史文化名城、建築空間表徵與文化觀光：論西安大唐芙蓉園的空間生產〉，《設計學報》，16（2），23-44。

殷寶寧，2016，〈創意街區、飲食文化與都市再生：臺北市大稻埕迪化街美食地景與文創轉向〉，《文資學報》，NO.10：29-66。

殷寶寧，2018，〈後博物館、街區活化與老屋再生：臺北市大稻埕街區個案研究〉，《現代美術學報》，第 36 期：29-66。

殷寶寧，2019，〈從藝術介入、創意市集到社區記憶再現—大稻埕都市再生的後博物館想像〉，《博物館學季刊》，33(2)：29-47。

袁建峰，2015，〈美國老工業城市匹茨堡產業轉型分析及規劃思考〉，《國際城市規劃》，Vol.30，No.S1：36-41。

高季喬、李建華（2016）〈論空間的政治性和政治的空間性〉,《中南大學學報》，第 22 卷第 1 期，22-26。

康旻杰，2012，〈「掠奪」資本城市中的都市保存〉,《文化研究》第十五期（2012 年秋季）：230-241。

張同勝，2020，〈元宵節放燈的由來及其傳統建構〉,《中原文化研究》: 101-108。

張維安，2001，〈社會鑲嵌與本土化研究—以關係網路與經濟活動研究為例〉,《教育與社會研究》，第 2 期，67-90。

許雪姬，1992，〈大稻埕霞海城隍廟之研究〉,《臺北文獻直字》102：1-27。

陳明竺，2009，〈城市設計理念演化的「思」與「變」〉,《空間規劃》: 43-52。

曾憲嫻，2011，〈日治時期市區改正到都市計畫〉,《臺灣學通訊》60：6-7。

賀士麃，2005，〈臺北市都市設計制度之研究〉,《南亞學報》，NO.25：31-43。

黃瑞祺，1996，〈現代性的省察—歷史社會學的一種詮釋〉,《臺灣社會學刊》，第 19 期，pp.169-211。

楊友仁、張智惠，2003，<後社會主義城市空間再結構–上海太平橋地區舊城改造個案研究>,《都市與計 劃》，30(2)：109-144。

靳菱菱，2010，〈文化的發現與發明：撒奇萊雅族群建構的歷程與難題〉,《臺灣人類學刊》，8（3）: 119-161。

蔡雪華、孔令瑜、鄧寶山、堵建偉，2005，〈公共空間與文化公民—旺角行人專用區與地下鐵路〉,《Cultural Policies in the Making》，香港，pp.1-24。

鄭幸真、施植明，2006，〈當代行人徒步街發展研究—從德國經驗到臺灣本土的實踐〉,《設計學報》11（2）: 43-64。

謝孟儒，2009，迪化街再興，可能嗎？〉,《人本教育札記》: 60-63。

鍾蓮芳，1988，〈迪化街，搶救它？或改造它？〉,《婦女雜誌》: 38-46。

簡博秀，2015，〈第三波的仕紳化與再層域競爭的國家政權—臺南中國城更新計畫〉,《城市學學刊》，第 6 卷，第 1 期，頁 63-92。

顏亮一，2006，〈市民認同、地區發展與都市保存：迪化街個案分析〉,《都市與計劃》，第 33 卷，第 2 期，頁 93-110。

羅煊，2020，〈美國的都市規劃史，就是一部種族歧視史：佛洛伊德之死給臺灣都市的啟示〉，《天下雜誌》獨立評論。

三、外文期刊論文

Chiara De Cesari & Rozita Dimova（2018）.”Heritage, gentrification, participation: remaking urban landscapes in the name of culture and historic preservation”，International Journal of Heritage Studies:1-7。

Chris Hamnett(2003).” Gentrification and the Middle-class Remaking of Inner London, 1961–2001”，Urban Studies, Vol.40, No.12:2401–2426。

Christopher Hamnett、Peter R.Williams(1980).” SOCIAL CHANGE IN LONDON：A Study of Gentrification”， Urban Affairs Quarterly, Vol.15, No.4:469–487。

Cohen Janet、Billig Miriam(2021）.”Faith-Driven Gentrification and Displacement in Education in Israeli Urban Neighborhoods”， Education and Urban Society：1-28。

Cresswell T.(2009）.”Place”，University of London，Elsevier Inc.：1-9。

Cunningham-Sabot, E., & Fol, S. (2009). Shrinking cities in France and Great Britain: A silent process. The future of shrinking cities: Problems, patterns and strategies of urban transformation in a global context, 17-28.

Elvin K Wyly、Daniel J Hammel(2004).” Gentrification, segregation, and discrimination in the American urban system”，Environment and Planning A，vol.36:1215-1241。

Febrihadi Suparidho, Arba Arba, Widodo Dwi Putro（2020）.” Legal Protection of Land Rights Holder in Land Procurement for Public Interest （Case study of Tower development SUTT 150KV in North Lombok Regency）”，International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding，Vol 7, No 5:388-396。

Francis A. Pearman II(2019).” Gentrification and Academic Achievement：A Review of Recent Research”， Review of Educational Research，Vol. 89, No. 1:125–165。

Gert-Jan Hospers（2014）.”Beyond Diversity: Jacobs’s Death and Life and its Relevance for Dutch Urban Regeneration Policy”，Contemporary Perspectives on Jane Jacobs:125-135。

Grzegorczyk Anna（2012）.” Socio-spatial diversity of Marseille at the turn of the 21st century”，Bulletin of Geography. Socio–economic Series ，No. 17:45–55。

ILHEM ALLAGUI、ABEER AL-NAJJAR(2018）.” From Women Empowerment to Nation Branding：A Case Study From the United Arab Emirates”， International Journal of Communication， Vol.12：68-85。

Jason Hackworth、Smith,Neil(2000).” THE CHANGING STATE OF GENTRIFICATION”，Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, Vol.92,No.4:464-477。

Jones G. A.、Varley A.(1999).” The reconquest of the historic centre: urban conservation and gentrification in Puebla, Mexico”，Environment and Planning，vol.31:1547-1566。

Jou Sue-Ching、Clark Eric、Chen Hsiao-Wei(2014)” Gentrification and revanchist urbanism in Taipei?”，Urban Studies：1-17。

JULIET CARPENTER AND LORETTA LEES(1995）.” Gentrification in New York, London and，Paris: An International Comparison”， Published by Blackwell Publishers：286-303。

KUTSCHE PAUL (1962）.” The Death and Life of Great American Cities. JANE JACOBS.”， American Anthropologist，New York：907-909。

Leela Femandes(2004)” The Politics of Forgetting: Class Politics, State Power and the Restructuring of Urban Space in India”，Urban Studies，Vol.41：2415-2430。

Lefebvre, Henry(1991)”The Production of Space”，Translated by Donald Nicholson-Smith. Oxford UK：Blackwell Ltd。

M. Tina Dacin, Marc J. Ventresca and Brent D. Beal(1999）.” The embeddedness of organizations: dialogue & directions.(Yearly Review of Management)”， Journal of Management ，25 (3)：1-28

Madeleine Lyes(2014）.” Jane Jacobs and Zukin Sharon：Gentrification and the Jacobs Legacy”，Contemporary Perspectives on Jane Jacobs。：71-81。

Mary Rowe(2014）.” Jane Jacobs and the Self-Organizing City”，Contemporary Perspectives on Jane Jacobs：21-30。

Matthias Wendt(2009）.”The Importance of Death and Life of Great American Cities （1961） by Jane Jacobs to the Profession of Urban Planning”， New Visions for Public Affairs ，Volume 1：1-24。

Meyer Stanislaw(2008）.” Ethnicity, authenticity, and invented traditions”，Historical Archaeology, Vol.30,No.2：1-7。

Meyer Stanislaw(2008）.”In Defense of ‘Invented Traditions’: The History of Okinawa as Portrayed in Narratives of Karate”，Silva Iaponicarum，15：11-32。

Morrison Cecily (2003）.” CULTURE AT THE CORE：INVENTED TRADITIONS AND IMAGINED，COMMUNITIES”， International Review of Scottish Studies，28：3-21。

Nathan Roth and Jill L. Grant（2015）.” The Story of a Commercial Street：Growth, Decline, and Gentrification on Gottingen Street, Halifax”， Urban History Review，Vol. 43, No 2:38-53。

Nidhiya Menon,Yana van der meulen Rodger（2016）.” Land Reform and Welfare in Vietnam: Why Gender of the Land-Rights Holder Matters”，Journal of International Development，Volume 29, Issue 4:454-472。

Puzon K.(2019).” Saving Beirut: heritage and the city”， International Journal of Heritage Studies, Vol.25:914-925。

Rambo, A. Terry（1983）.”Conceptual approaches to human ecology”，East-West Environment and Policy Institute. Research report，No.14。

Rankin, Katharine N., Kuni Kamizaki, and Heather McLean(2015）. "Toronto’s changing neighborhoods: Gentrification of shopping streets." Global Cities, Local Streets. Routledge：140-169。

Roberta Brandes Gratz(2014）.”Central Elements of Jane Jacobs’s Philosophy”，Contemporary Perspectives on Jane Jacobs：13-19。

Shaw Kate(2008).” Gentrification: What It Is, Why It Is, and What Can Be Done about It”， Geography Compass 2：1749-8198。

Shin, Hyun Bang(2014).”Urban spatial restructuring, event-led development and scalar politics”，Urban Studies，Vol. 51, No.14:2961-2978。

Smith,Neil(1986).” Of yuppies and housing: gentrification， social restructuring，and the urban dream”，Emvironmont and Planning D Sociuty and Space，Vol.5:151-157。

Smith,Neil(1996a).”Gentrification，the frontier and therestructuring of urban spatial”，Gentrification of the City，London:15-34。

Smith,Neil(1996b). ”IS GENTRIFICATION A DIRTY WORD？”，THE NEW URBAN FRONTIER Gentrification and the revanchist city，New York:28-48。

Smith,Neil(1996c).”CLASS STRUGGLE ON AVENUEB：The Lower East Side as Wild　WiId West”，The New Urban Frontier：Gentrification and the revanchist city, London:3-27。

Smith,Neil(1996d).” MAPPING THE GENTRIFICATION FRONTIER”，The New Urban Frontier：Gentrification and the revanchist city, London:186-205。

Smith,Neil，　Peter Williams(1996).”Alternatives to orthodoxy invitation”，Gentrification of　the City，London:1-12。Smith,Neil(1982).” Gentrification and Uneven Development”，Economic Geography，Vol.58，No.2:139-155。

Stephen Vlastos, Editor(1998）.”Mirror of Modernity Invented Traditions of Modern Japan”，　Twentieth Century Japan：The Emergence of a World Power，9：71-73。

Thorstensen Erik、Landsverk Hagen Aina、Brattbakk Ingar(2021）.” Images of Place, Secularity and Gentrification: On Urban Religious Belonging in an Inner City Neighbourhood in Oslo”，　Secularism and Nonreligion, 10: 3, pp. 1–16。

Tuan Yi-Fu(1975）.” Place: An Experiential Perspective”，Geographical Review,Vol.65,No.2：151-165。

Zukin Sharon(1987).” Gentrification: Culture and Capital in the Urban Core”，Annual Review of Sociology, Vol.13:129-147。

Zukin Sharon(2009).” New Retail Capital and Neighborhood Change：Boutiques and Gentrification in New York City”，　City & Community 81:47-64。

Zukin Sharon，Philip Kasinitz，Xiangming Chen(2015).”Spaces of Everyday Diversity: The Patchwork Ecosystem of Local Shopping　Streets”，　Global Cities，Local Streets：Everyday Diversity from New York to Shanghai，New York and LONDON:1-29。

長谷川 清(2020）.観光文化の創出とリノベーション：臺北市迪化街の事例から，言語と文化 32, 67-92。

四、研討會論文

張雅銘，2022a，〈迪化街徒步區的空間實踐與社會觀察〉，《第十八屆研討會空間設計學術論文及設計作品發表研討會》，中華民國空間設計學會：B1-B10。

張雅銘，2022b，〈權利關係架構在城市空間再結構的空間作用：迪化街店屋的流動性與公共性〉，《第 34 屆建築研究成果發表會發表會論文集》，臺灣建築學會：353-358。

張雅銘，2022c，〈大稻埕城市空間再結構研究觀點與論述基礎：利用文獻計量分析法的探勘〉，《第十四屆城市學學術研討會》，高雄市立空中大學。

張雅銘，2023，〈旅遊化後的大稻埕空間再結構及仕紳化狀態〉，《第十五屆城市學學術研討會》，高雄市立空中大學。

五、媒體報導訊息及歷史資訊

黃瑞茂，2016，〈控訴！臺北市文資與都計的行政擴權與不作為！〉，風傳媒觀點投書。

謝孟儒，2009，〈迪化街再興，可能嗎？〉，《本教育札記》，238 卷：60-63。

撰稿者不詳，2003，〈迪化街租金「高貴」無比〉，《財訊》，251 卷：66。

李元良，1990，〈迪化街「紡織幫」元氣大傷--三家著名成衣廠連三敗!〉，《財訊》，105 卷：176-178。

林致秀，1990，〈它的未來不是夢- - 談迪化街之保存問題 〔座談會〕〉，《中華民國建築師雜誌》，167 期：126-129。

鍾蓮芳，1988，〈迪化街- - 搶救它? 或改造它?〉，《婦女雜誌》，242 期：38-46。

王維玲，2017，〈稻埕進化論：百年商人文化如何傳承、如何創新？〉，端傳媒。

蘇思云，2019，〈臺北大稻埕為百年商圈上新妝，周奕成不靠現金靠魄力〉，Cheer 地方創生。

陳苓云，2019，〈周奕成：大稻埕做大藝埕，我想傳承的老派智慧—Refresh 臺灣味〉，非常木蘭。

周鈺珊，2021，〈周奕成的當代文化運動：政治與文化都與人生息息相關〉，商業。

邱鈺玲，2019，〈邱翊：大稻埕的魅力，源於堅守原則的商業文化。〉，臺北畫刊 620 期。

邱方廷，2017，〈實現不了的文創夢？從大稻埕看創業者困境〉。

張紫婷、陳安緒、翁語慧，2022，〈再現往日輝煌 大稻埕傳統產業全面升級〉，小世界：文教生活。

商工日報，1955 年 7 月 10 日，第三版，「糧商扳持，米市翻升，南北貨呆勢不穩」。

商工日報，1955 年 7 月 15 日，第三版，「進入淡季，中藥普低，食米續下游」。

民聲日報，1960 年 3 月 17 日，第三版，「糧商扳持與囤積，米價再度上漲糧」、「糧局抑止米價波動，決在中部五城市配售米」。

民聲日報，1962 年 7 月 12 日，第四版，「臺北昨商況 / 食米翻升 / 砂糖勁瀉 / 奶粉平靜」。

民聲日報，1963 年 2 月 21 日，第三版，「我國經濟發展途徑，以民生產義為依歸」。