

# 新竹市傳統市場暨店鋪營運改造計畫

國立清華大學環境與文化資源學系  
舊建築再利用規劃與經營

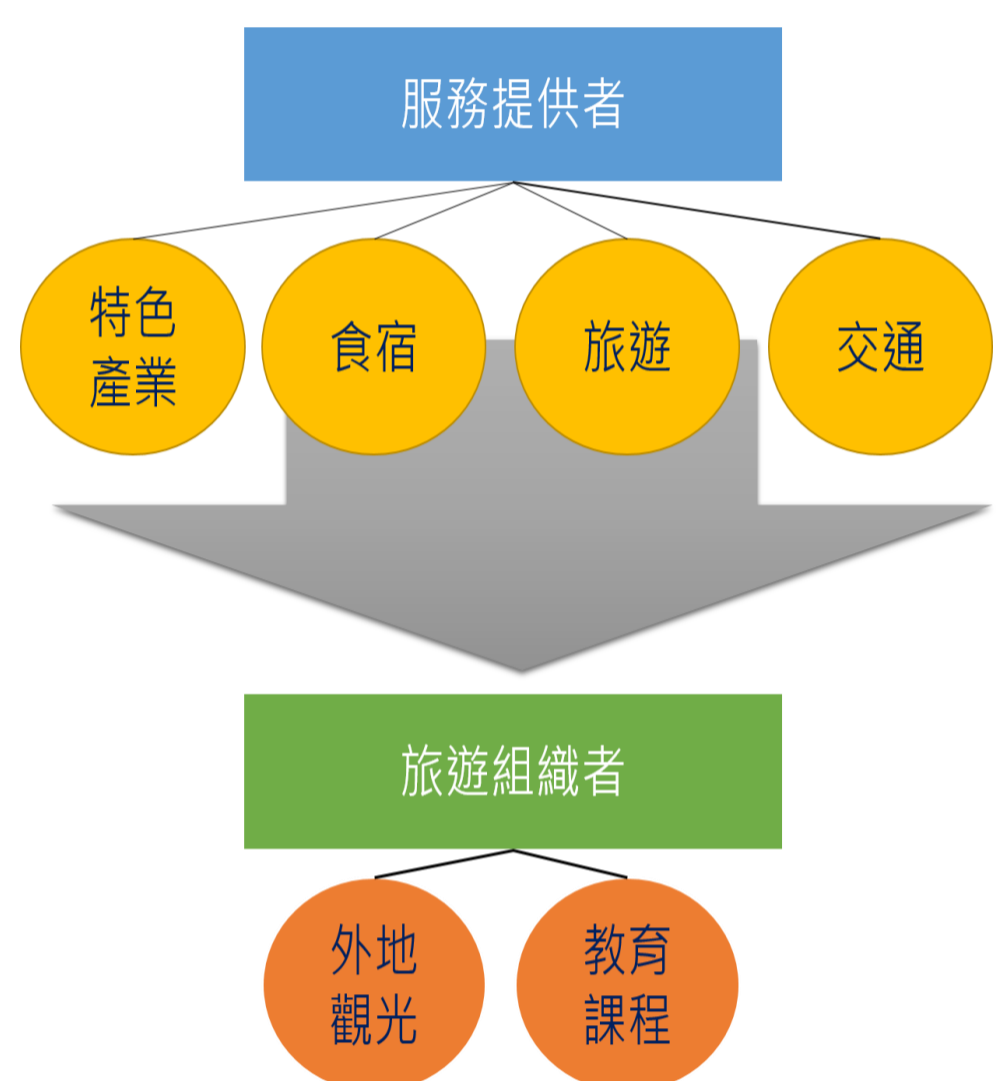
提案團隊 / 朱逸慈

吳佳芳

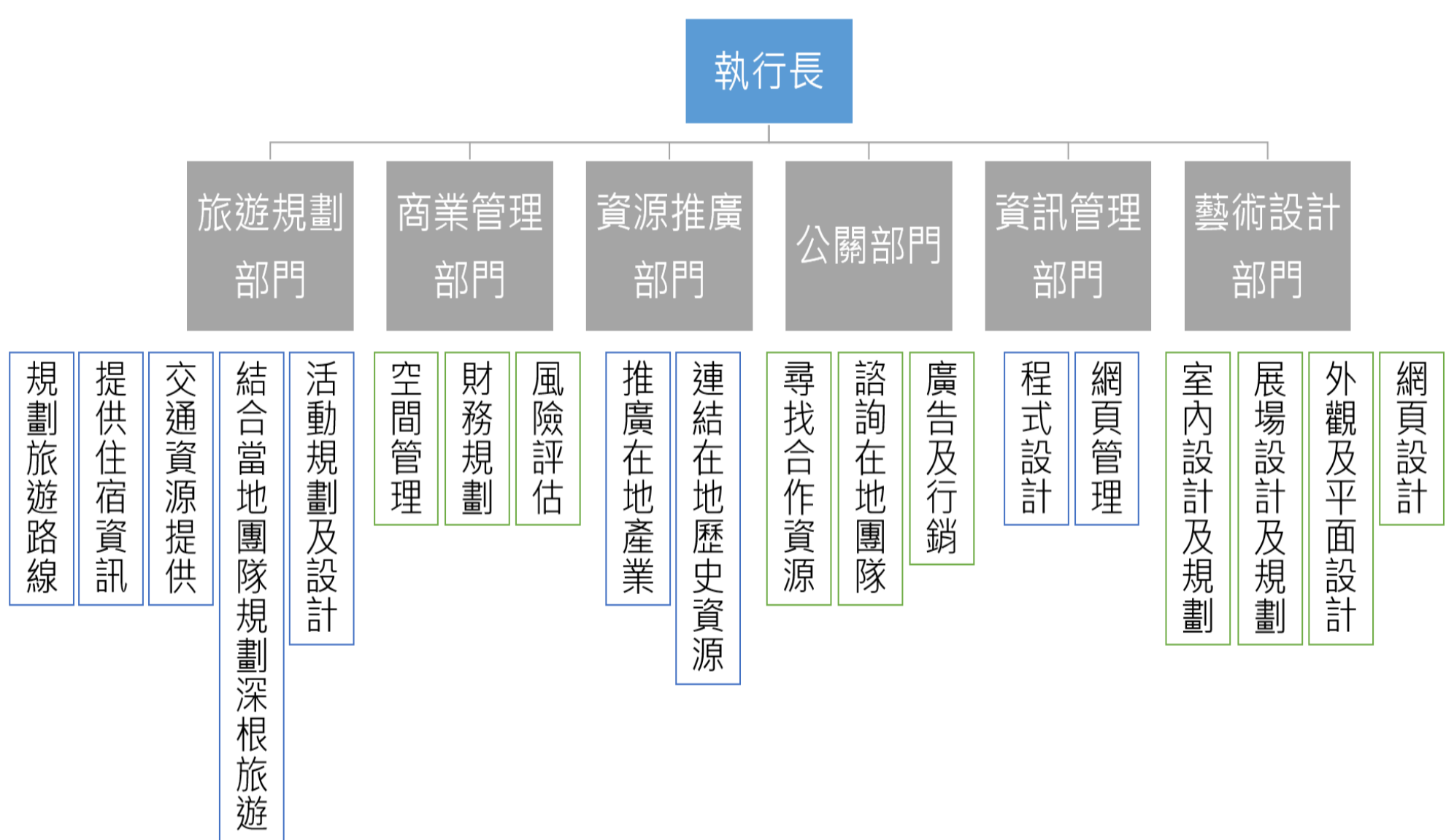
劉孟桓

## 壹、團隊介紹

- 團隊名稱：蛋黃工作室
  - 團隊宗旨  
將觀光資源帶入市場營運中，藉此改善市場經濟，以及帶動周邊商業與深化地方關係。
  - 經營項目
1. 旅遊路線規劃
  2. 新竹傳統產業展示館
  3. 地方文史教育基地
- 經營模式

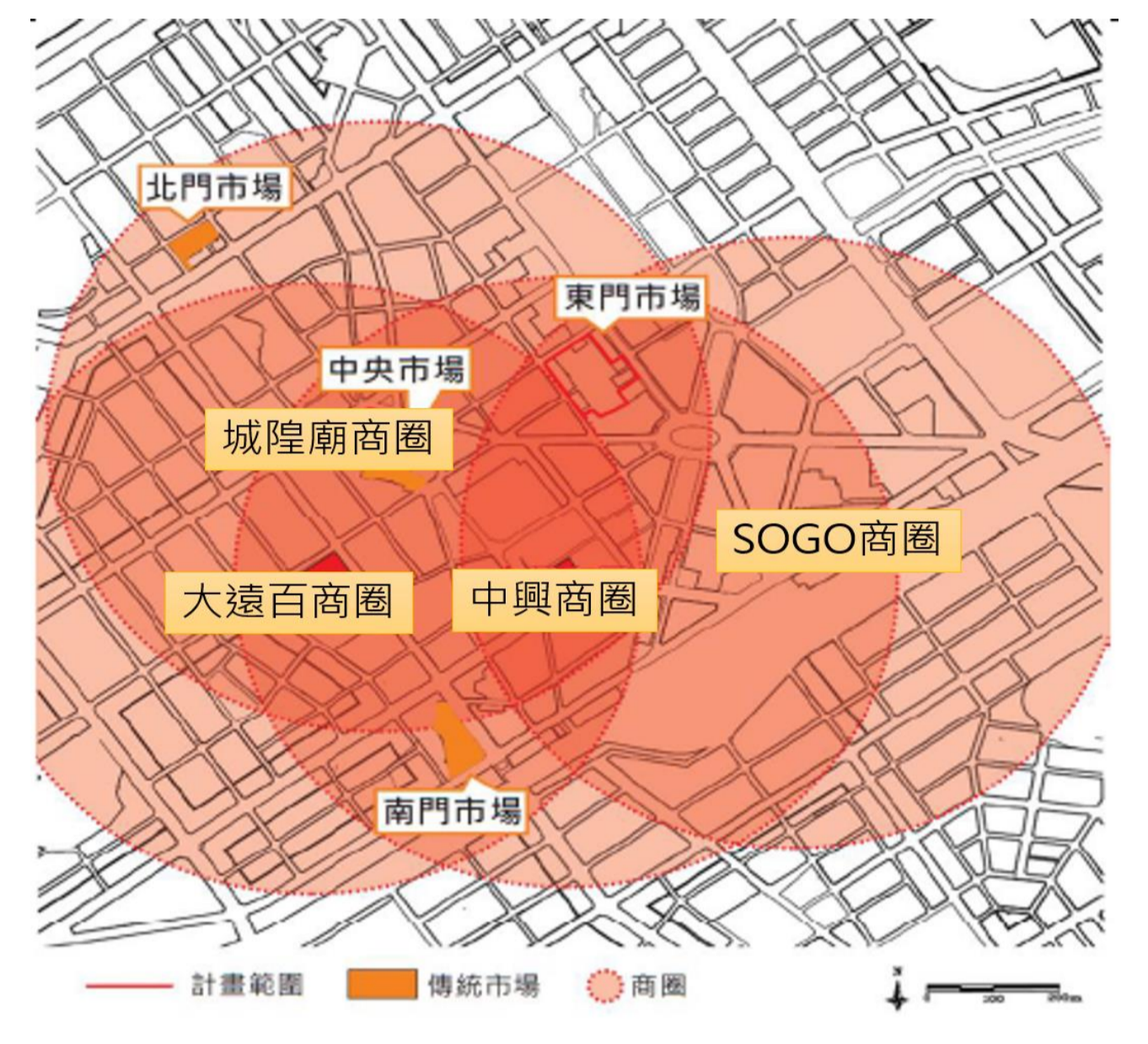
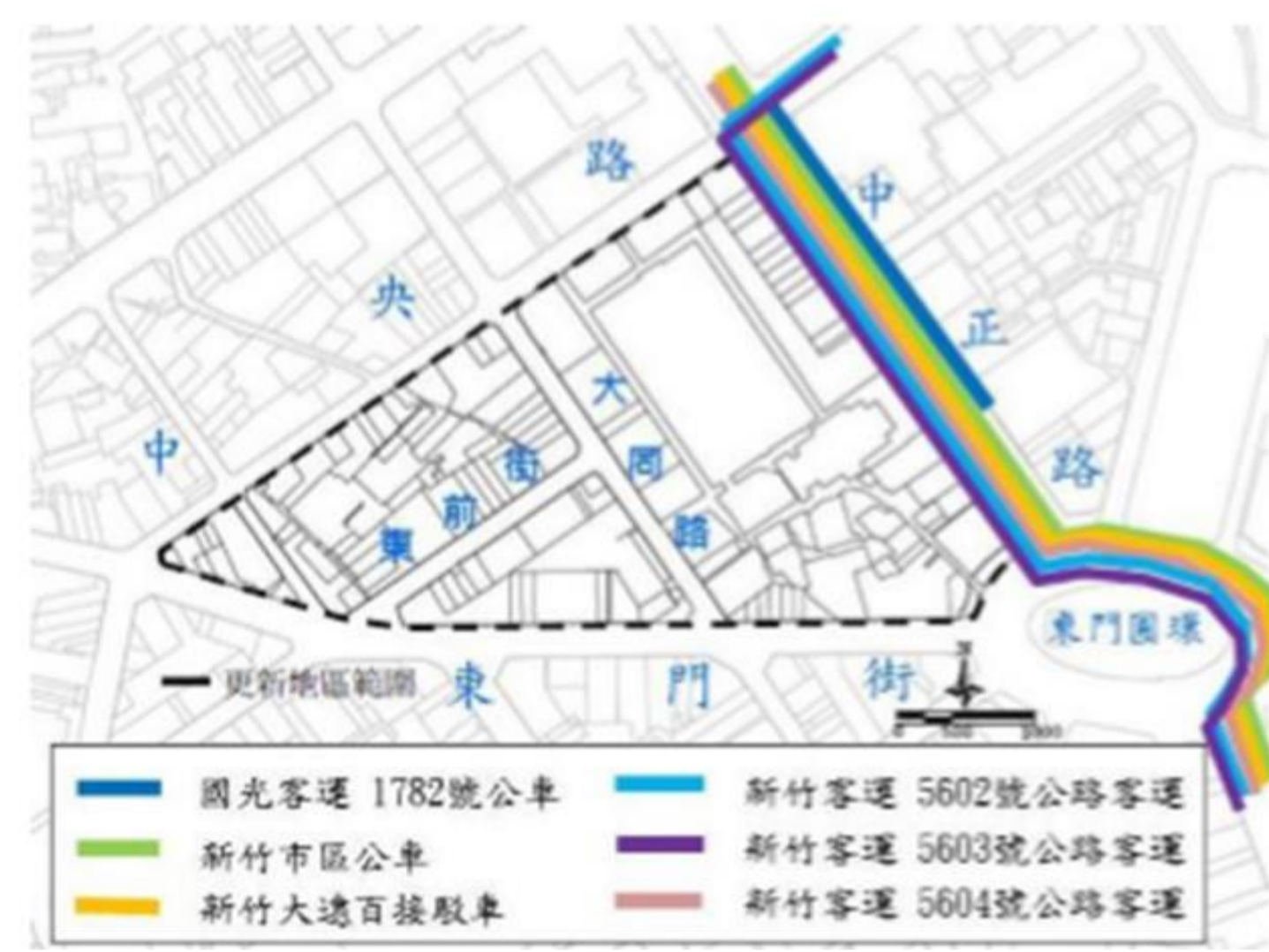


結合在地的服務提供者，將在地特色產業、食宿、旅遊景點及交通工具做整合性規劃，成為旅遊組織者，提供外地觀光客作旅遊服務諮詢，並與教育機關其相關課程連結，作為其校外課程實施場域



## 貳、基地選擇

東門市場周圍有中正路、中央路及東門街三條主要道路圍繞，有六條公車路線經過並且鄰近護城河、東門圓環、新竹市政府及新竹火車站，區位交通便捷，是通往舊城區各處的交會點。



市場周邊公車系統共有六條公車路線行駛經過，且全皆經過中正路，分別為新竹大遠百接駁車，新竹市區公車、新竹客運 5602、5603、5604 號公路公車，以及國光客運 1782 號公車。共有六條公車路線行駛經過，且全皆經過中正路，分別為新竹大遠百接駁車，新竹市區公車、新竹客運 5602、5603、5604 號公路公車，以及國光客運 1782 號公車。

新竹市區中心以站前商圈為輻射狀的街道向外延伸，包括民族路、林森路、中正路、中華路等熱鬧市街。除站前商圈外，還有東門圓環一帶、城隍廟周邊等，都是新竹市的主要商圈，是新竹市民眾主要的逛街地點。新竹市區中心以站前商圈為輻射狀的街道向外延伸，包括民族路、林森路、中正路、中華路等熱鬧市街。除站前商圈外，還有東門圓環一帶、城隍廟周邊等，都是新竹市的主要商圈，是新竹市民眾主要的逛街地點。

- SWOT分析

	優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 交通方便，經過多條公車路線</li> <li>2. 鄰近市中心及政府機關</li> <li>3. 與競爭對手相比鄰近火車站</li> <li>4. 擁有長年累積的熟客</li> <li>5. 據有長期經營的商業方式</li> <li>6. 店家多半經營很久</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 在同類型市場中物價相對較高</li> <li>2. 新生代消費者偏愛量販店與超市</li> <li>3. 環境紊亂，照明不佳，缺乏規劃</li> <li>4. 現存商家過於分散</li> <li>5. 與年輕世代脫軌，使人對它沒有多大印象</li> <li>6. 交通區位因素，無法使客源滯留</li> <li>7. 大多數產品無法符合年輕族群所需</li> </ol>
外部機會 (Opportunities)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 新竹舊城區消費強度大</li> <li>2. 新竹當地人飲食習慣傾向自煮</li> <li>3. 育齡人口婦女逐年增加，生育率高，人口基數有望增加</li> <li>4. 位於通往舊城區各處的交會點</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 設置旅遊詢問站，增加觀光客進入東門市場的機會</li> <li>2. 地方產業與周邊店家做結合將新竹當地的傳統特產集中展示，營造新竹印象</li> <li>3. 空間重新規畫，將同類型攤販集中</li> </ol>
外部威脅 (Threats)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 東門市場逐漸被新生代當地人遺忘</li> <li>2. 店家本身對市場缺乏認同感</li> <li>3. 道路狹窄且缺乏停車空間</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 找出吸引高消費族群的商品(文創)</li> <li>2. 利用市場教育帶領年輕族群進入市場</li> <li>3. 改善市場環境，利用市場美感吸引民眾進入</li> <li>4. 集中店家，以及統一招牌</li> <li>5. 改變經營模式，不要一直鎖定同一客群，開拓新客群</li> </ol>

## 參、基地介紹

- 市場內部  
東門市場樓層總共為四樓，分別為地上三樓及地下一樓。一樓使用主要以販賣果菜、雜貨、零售及服飾，現況使用率約為二至三成；二樓主要為古董及服飾修改，其使用率低於一成；三樓現況為無作攤販使用，主要為住家，其使用率為零；地下一樓為肉品市場，使用率亦低於一成。



- 市場外部  
東門市場東側緊鄰東門圓環為車流匯集地，西側鄰城隍廟周圍更新地區，南側緊鄰東門商圈，北側緊鄰新竹市政府及相關機關

# 新竹市傳統市場暨店鋪 營運改造計畫

## 肆、計畫內容

### 計畫緣起

- 東門市場因為是全台第一個設有電扶梯的公有市場，曾經是新竹最繁華的地標之一，但在時代變遷下，消費習慣改變，現代化管理的超市、大賣場興起，傳統市場逐漸式微。除此之外，東門市場面臨商圈轉移的困境，導致人潮減少，後又因遊民、毒販聚集，更成為治安死角。近期因學生團隊進駐的關係，環境問題已稍做改善。
- 為改變一般民眾對於東門市場的觀感，促進市場內人潮流動，希望藉由東門市場的良好區位，做為觀光客旅遊諮詢的場所以及舊城區小旅行的起始站，且由於科學園區的設置，一般認知新竹市為科技城市，但講到新竹市的特產時，往往想到的卻是米粉、貢丸、竹塹餅等的傳統小吃，因此在認知上產生了產業斷裂的情況，因此，為了修補產業斷裂，我們透過旅遊導覽的方式，介紹新竹舊城區傳統特色產業，帶外地民眾了解新竹市的產業發展及在地文化。

### 計畫目標

- (一)將環境重新規劃，改善民眾對東門市場的觀感
- (二)成為新竹地區旅遊及產業資訊交流之場所
- (三)推廣在地特色產業與鄰近社區居民、店家結合地方素材交流應用，使居民、產業能共同創造在地資源連結性
- (四)與在地居民互動推廣傳統市場的重要性
- (五)修補產業斷裂，改變一般民眾對於新竹產業的認知，傳遞新竹不只是高科技城市的概念

### 計畫內容

#### (一)土地使用構想

構想東門市場成為旅遊及新竹在地產業資訊交流之場所，規劃東門市場一樓及二樓空間，將同值性的攤販集中，並在一樓設置旅遊資訊詢問站，使觀光客能夠進入東門市場，設置一般民眾休息區使附近居民或觀光客可在東門市場做停留；二樓設置新竹市在地產業館，提供地方產業一個交流的平台並可與周邊相關店家做產業連結，規劃地區產業體驗區及產業史介紹區使外地民眾可透過展示和體驗認識在地文化。

#### (二)主要業務說明

- 1.提供旅客相關景點行程及介紹
- 2.管理民眾休息區的使用及整潔
- 3.舉辦市場相關活動已增進民眾在地情感
- 4.為地方產業找一個新的平台，提供給新創公司使用
- 5.結合在地，進行小型的市場模擬



## 五、實施方法

### 一、環境改善

#### (一)照明改善

東門市場內的天井部分無法有效將自然光引進東門市場內，而東門市場的人工光源照明度不佳使得整動市場普遍陰暗。

#### (二)攤販位置調整

市場內原有許多空攤且有營業的攤販零星分散在地下室至二樓，缺乏統一性的集中管理。

因此將同類型攤販集中。

#### (三)攤販招牌、商品擺設及標價

將攤販正面增設特色招牌，攤販內陳列容器規格統一化，並將商品增設標價牌。



(圖片來源:經濟部 樂活市集)



(圖片來源:臺北世界設計之都)

### 二、觀光化改善

#### (一)旅遊中心

#### (二)舊城區導覽



(圖片來源:新竹生活美學館)

#### (三)人文旅遊介紹與行程設計

將東門市場作為旅遊行程的起始站及交通轉運站，搭配新竹市區特色人文景點及周遭Youbike設置點，做新竹舊城區的人文旅遊規劃。



(新竹市區Youbike設置點)



### 三、舊產業保存

#### (一)地區產業體驗區

#### (二)產業史介紹區

#### (三)與社區、市場周圍店家互動

#### (四)與社區大學課程結合

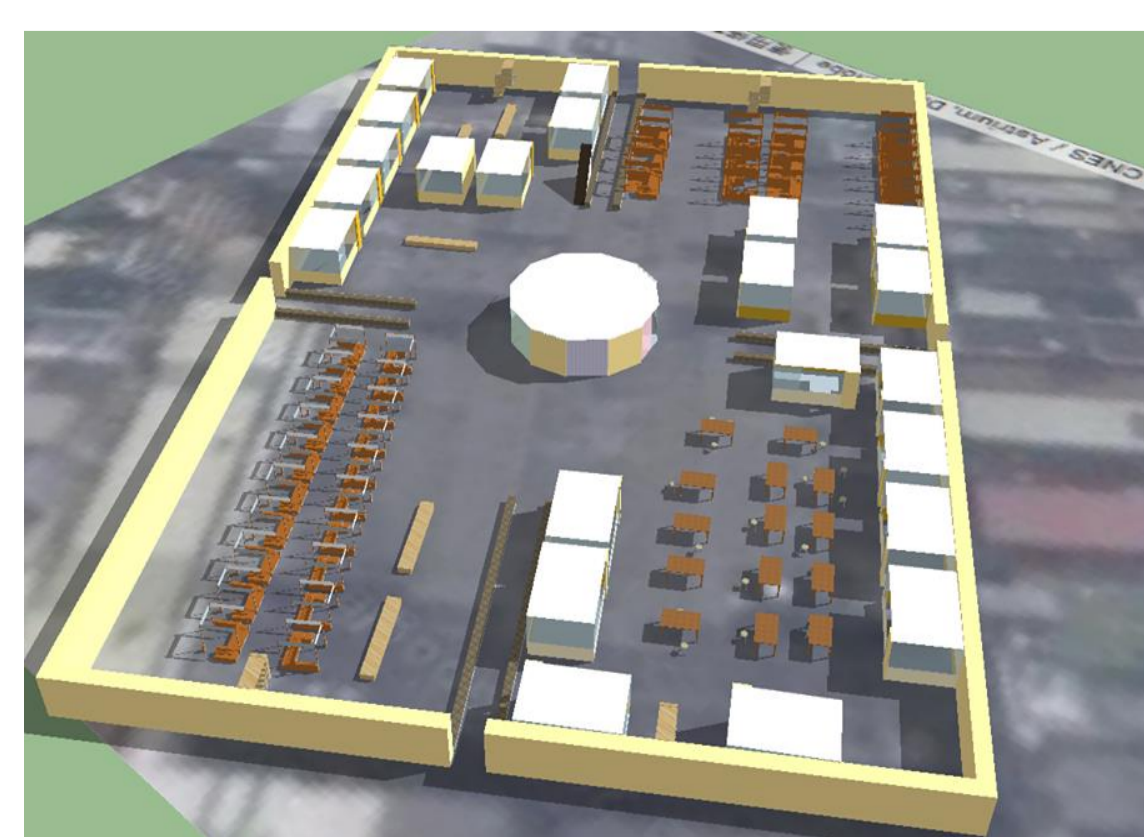


藝能	攝影外拍班、國樂演奏、書法、國畫、美勞拼貼、漆器與漆藝創作、進階攝影手做布盒小物、天然花草手工包、社交舞、金屬工藝、歌唱藝術與養生、芳香療法與保養品diy、音樂與生活、善農良食、
地方文史	城市建築美學與在地漫遊、細說日治竹塹、社區遊於藝
技術	男子美容美髮創業、園藝設計、辦公室軟體實務應用、檢驗技術培訓班、美容內級、中醫養生保健、園藝應用、基礎法入門、基礎影像數位編修、新娘秘書訓練、美甲創業、數位多媒體攝影剪輯與實務

(社區大學相關課程)

### 四、空間配置

- 一樓我們將攤位重新配置，並以新竹舊城來進行規劃
- 二樓則是分四區，將旅客中心、產業體驗區、科技體驗區和禮品店進行規劃



一樓平面配置



二樓平面配置