

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

指導教授 | 榮芳木

提案團隊 |

PORK JUNG

豬肉榮工作室

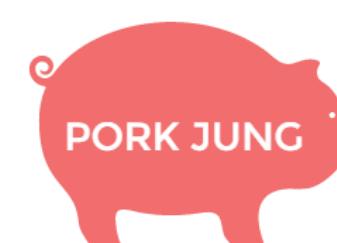
環文四甲 | 鄭心慈

環文三甲 | 王秋雲 邱宇蓁 陳虹菱



團隊 | 豬肉榮工作室

本工作室自成立以來，持續關注在地資源浪費與空間閒置等相關議題，期望透過注入新理念使空間活化、將資源更有效率的分配等方式，重新延續資源的價值。



計畫緣起與構想

市面上的食材都是經過農夫努力耕種及通過各種檢驗關卡才來到消費者手中，但現代人挑選生鮮食材，常常只以外觀來做選擇，或是購買超過所需份量，導致許多不必要的浪費。這些食物不是因為毫無價值而被丟棄，只是沒有找到對的利用方式。本工作室視改變這個情況為己任，希望從新竹在地做起，以東門市場為食物再生的起點，將賣不完的食材加以利用，打造一個延續食物價值的基地，透過各種活動推廣來改善人們浪費食物的不好習慣，減少可用食物的損失。

東門市場因閒置店家多、攤販分散，環境髒亂和治安死角等問題，客源逐漸流失、傳統市場的機能衰退，變成在現代化城市中被遺棄的場域，如同現代家庭中所產生的剩食還存在著可以利用的價值，卻往往被人忽略，因此本工作室希望透過空間改造、攤位區域重劃、新增多元機能，使市場功能再延伸，並且將「食物價值延續」的理念帶入活動中，讓參與的居民能從這些活動裡體驗並且認識「食物」的價值，藉由以上的方式吸引顧客再次進入東門市場，不再侷限於食材買賣，而是有更多的人際互動能在這裡實現。



本工作室希望透過空間改造、攤位區域重劃、新增多元機能，使市場功能再延伸，並且將「食物價值延續」的理念帶入活動中，讓參與的居民能從這些活動裡體驗並且認識「食物」的價值，使此價值能夠用不同的方式延續，藉由以上的方式吸引顧客再次進入東門市場，不再侷限於食材買賣，而是有更多的人際互動能在這裡實現。



基地分析 | 東門市場

市場建築物概況

東門市場於民國 66 年改建完成，基地呈長方形，地形完整，面積有 7091 m²。整棟建築物為地上三層，地下一層的鋼筋混凝土構造。總樓地板面積為 13,625 m²。

東門市場的主要出入口在中正路那側，次要出入口在大同路上，東前街直接貫穿東門市場，市場內這條動線的區域就形成了叫賣區，有部分流動攤販聚集。兩個出入口是攤商與消費者出入用的。

外部環境調查

東門市場被中正路、中央路、大同路、東前街、東門街等包圍，其中，東前街可以直接穿越東門市場的 1 樓，連接到中正路 96 巷。

周邊的土地使用分區大多是商業區（餐飲、服飾、百貨、金飾、生活用品等），北側則是機關用地，新竹市政府及其相關行政單位辦公室所在。西南側有停車場，市場旁邊還有東寧宮。中正路、中山路、中央路、大同路、東門街兩側的商業活動相當活躍。

各層樓營業現況

樓層	類別
B1	生鮮食品3攤、加工食品2攤、閒置攤位116攤
1F	生鮮食品19攤、加工食品26攤、餐飲業4攤、服務性質7攤、古玩藝品3攤、服務百貨19攤、閒置攤位81攤
2F	加工食品1攤、餐飲業1攤、服務性質14攤、服飾百貨9攤、辦公室4攤、古玩藝品9攤、閒置攤位95攤
3F	服務性質2攤、古玩藝品1攤、閒置攤位130攤

東門市場問題

閒置店家多、攤販分散

市場內種類相似的攤販分散在不同樓層，不便於民眾採買。

環境髒亂

市場販賣生鮮食材，在處理的過程中會留下不少處理時會產生的殘餘垃圾，如果沒有及時清理，大多會在市場的空間中留下痕跡，並且產生氣味，會影響市場整體的環境，並對客源產生負增加。

治安死角

東門市場整體建築隱身在街廓內，過了早市之後，來往民眾減少，若有發生危險不易受到注意，加上市場為開放空間，二、三樓的使用率不高，遊民容易在此遊蕩。

空間壓迫感強烈

東門市場占地大且攤舖數量多，內部劃分四個天井引進自然光，近年攤位逐漸撤離，市場大多數的店舖不再營業，自然光大多被攤舖的鐵捲門擋住，室內僅有老舊的日光燈提供光源，使空間整體顯得壓抑、陰暗。

市場老舊、機能衰退

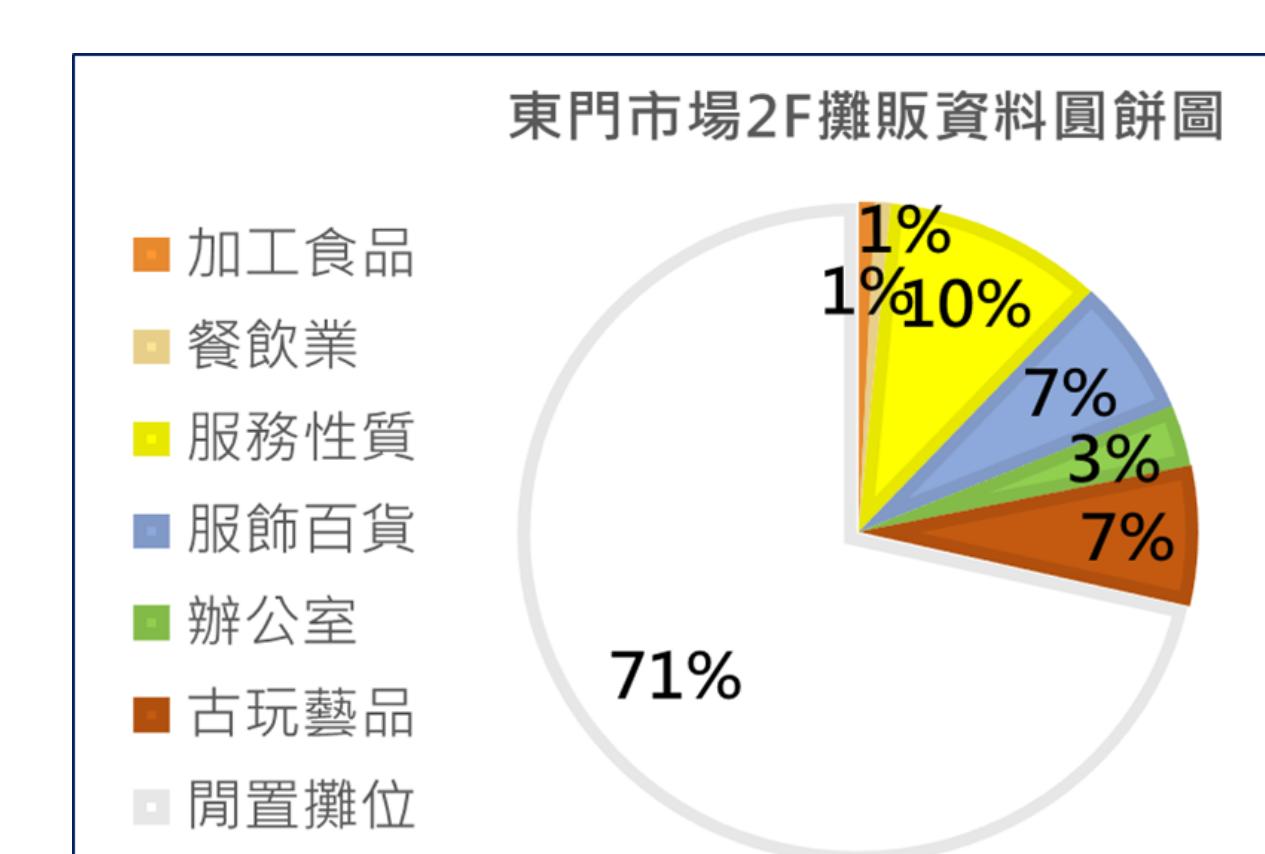
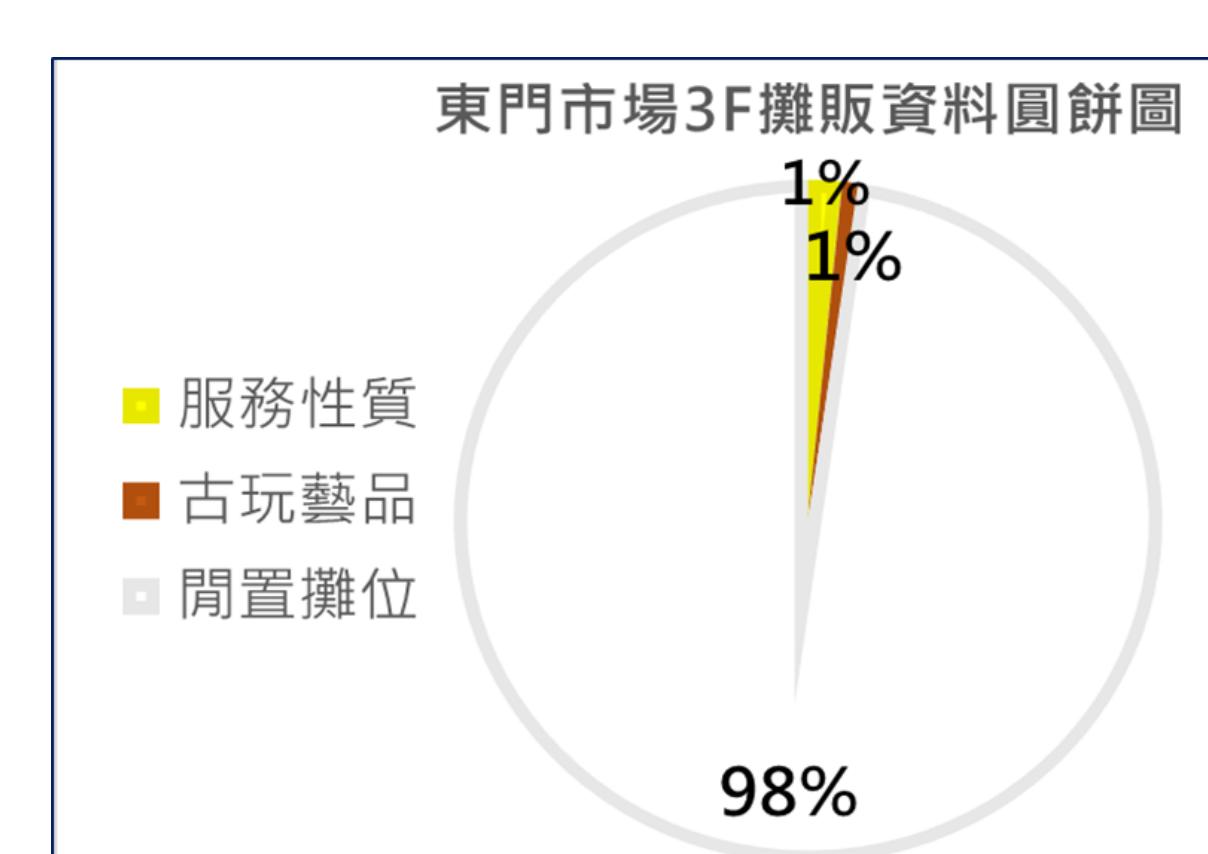
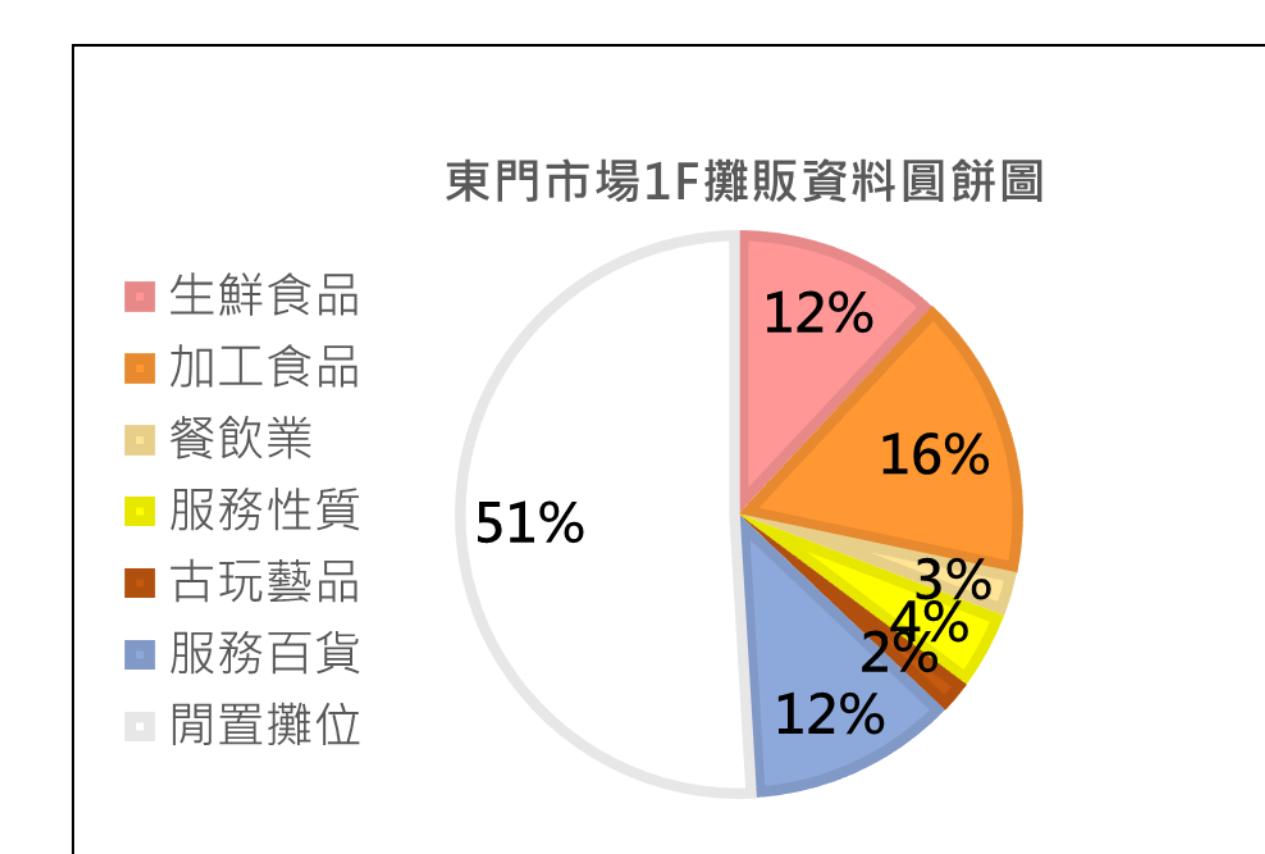
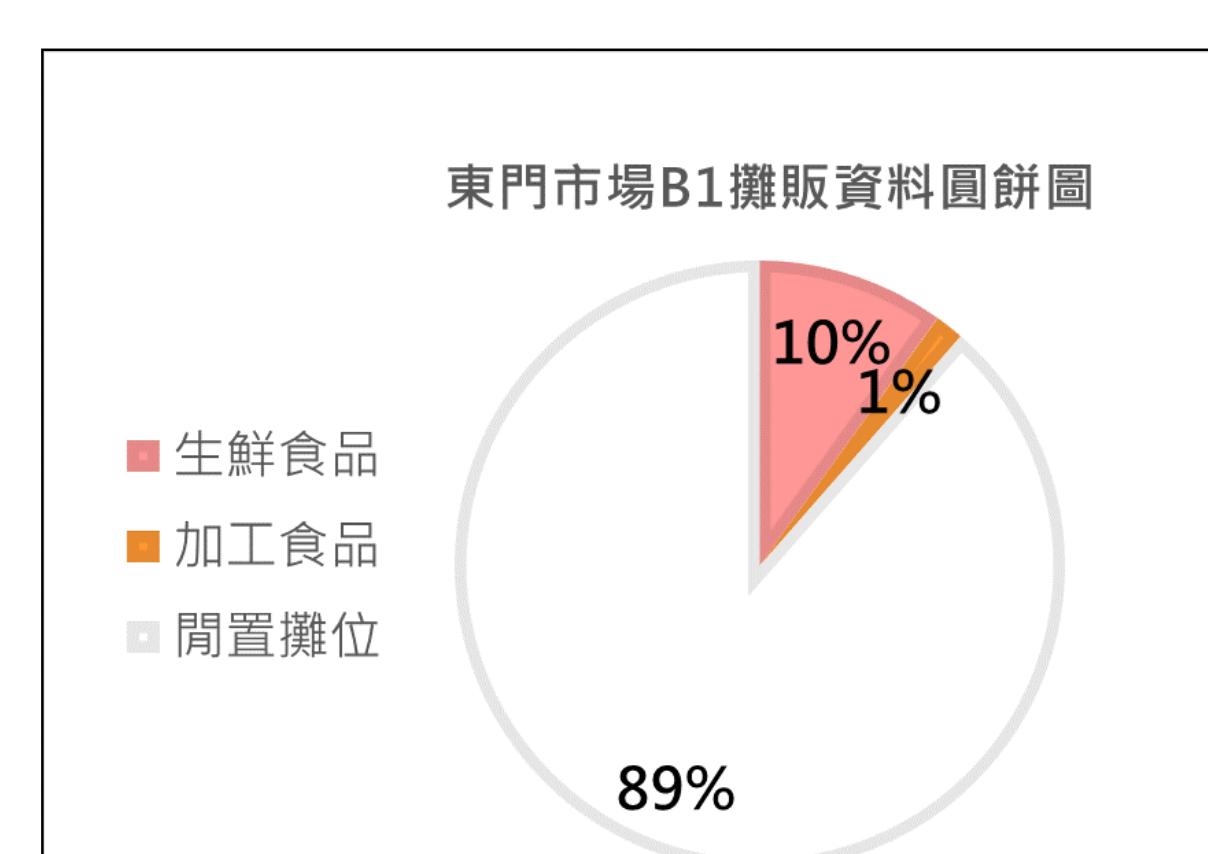
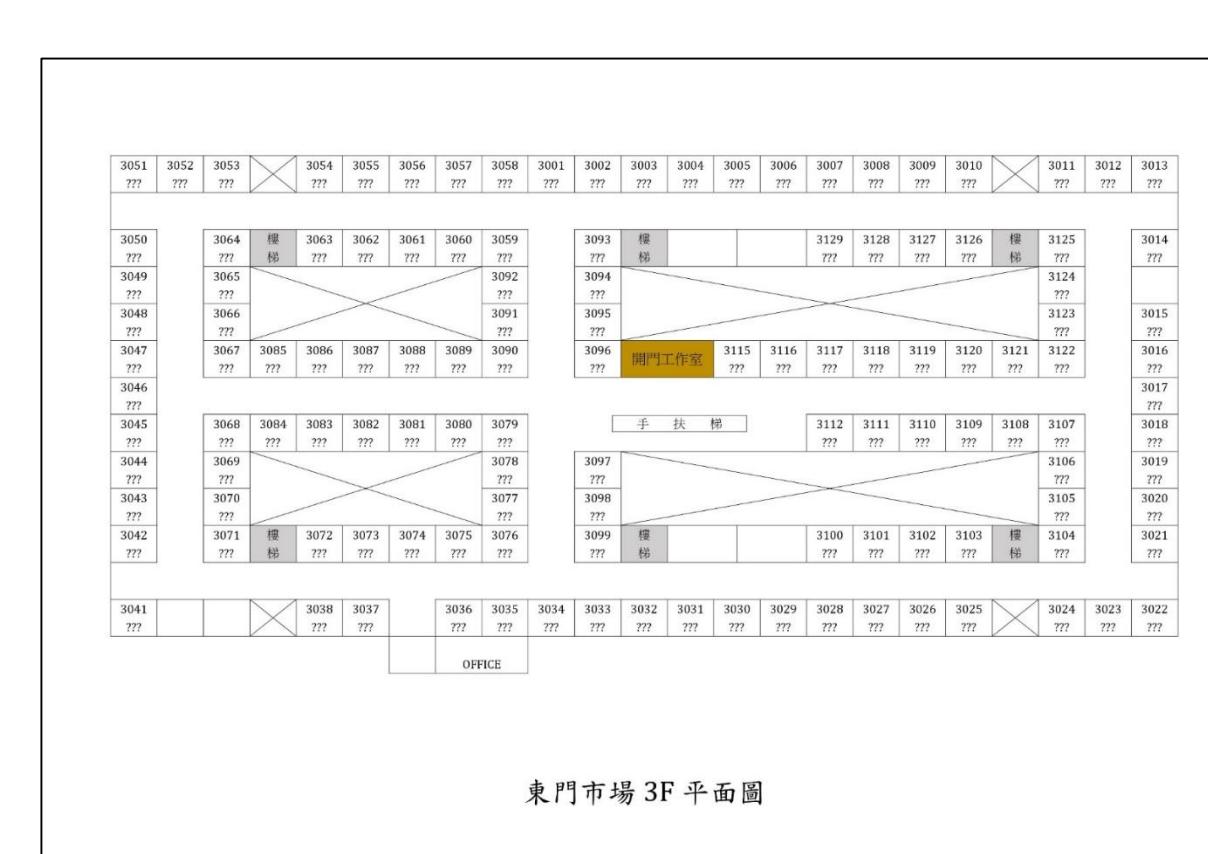
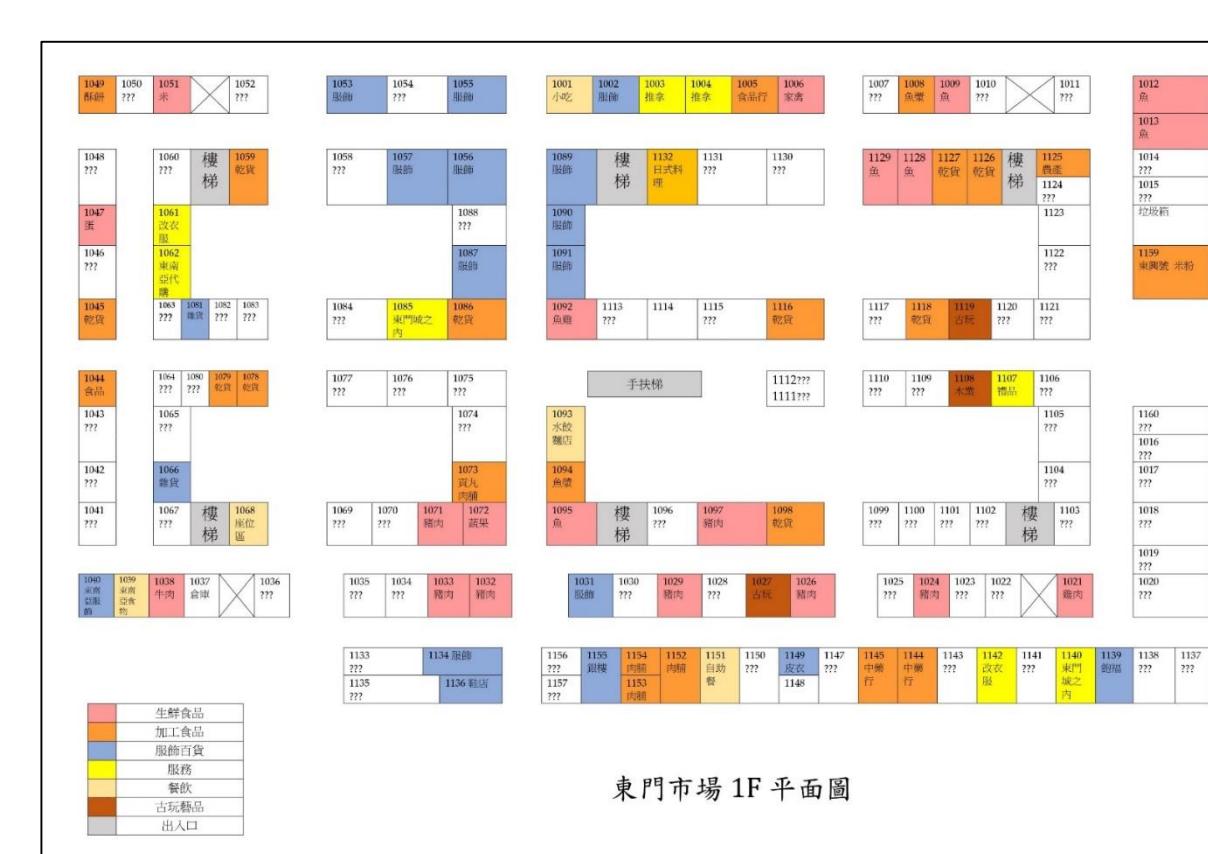
東門市場於西元 1979 年重建，至今已有將近 38 年歷史，整體外觀因長久疏於管理而顯得老舊，市場機能也被近幾年進駐的大型賣場、超市所取代，影響市場攤販的收支效益，市場機能因而衰退。

客源減少

近年大型商場進駐，提供大量商品、種類提供顧客選購，逐漸取代東門市場多種類商品可提供選購的優勢，新客源大多受到大型商場吸引及東門市場機能衰退的影響，較為傾向於大型商場進行消費，東門市場的客源因此減少。



東門市場各層平面圖及統計攤販資料



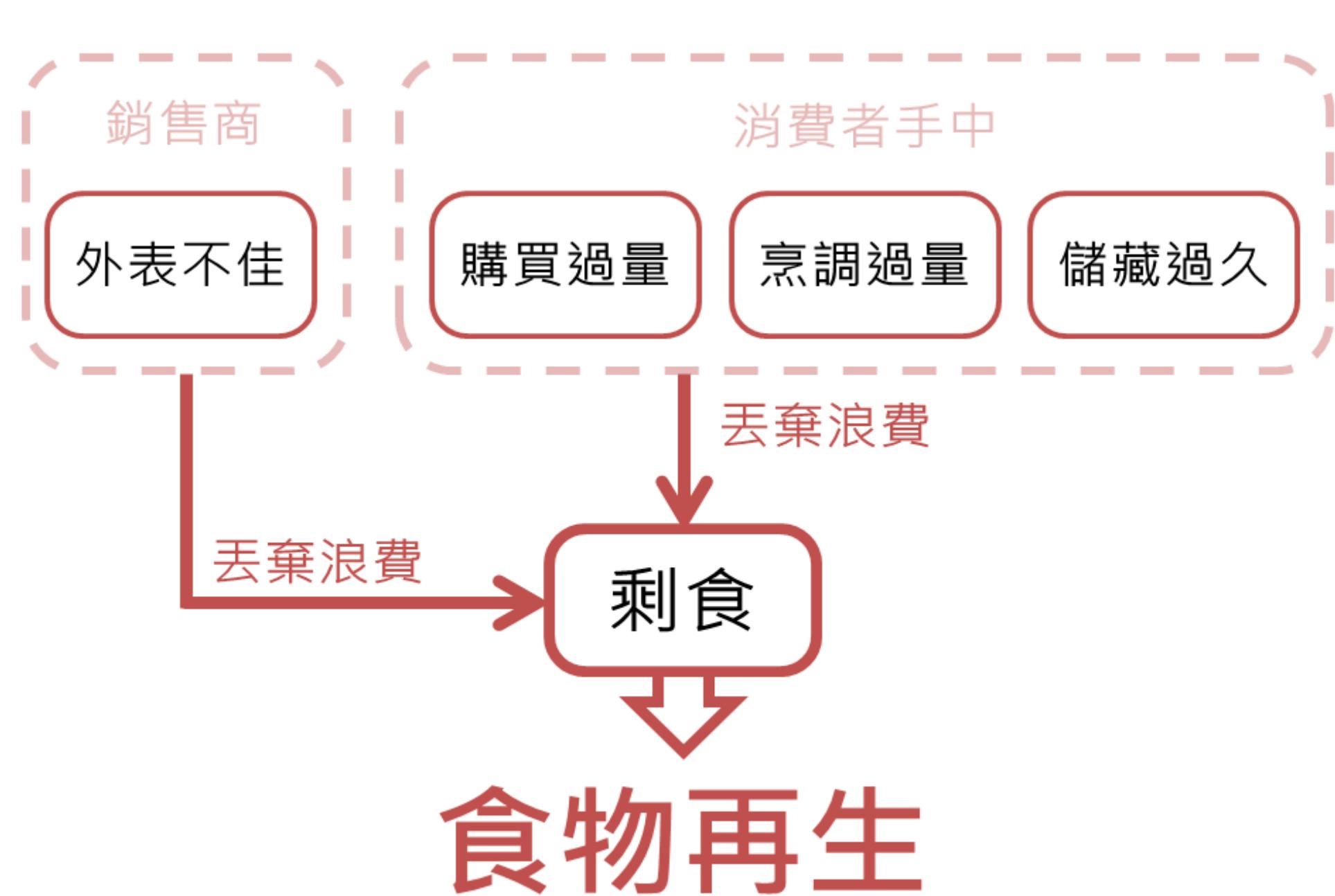
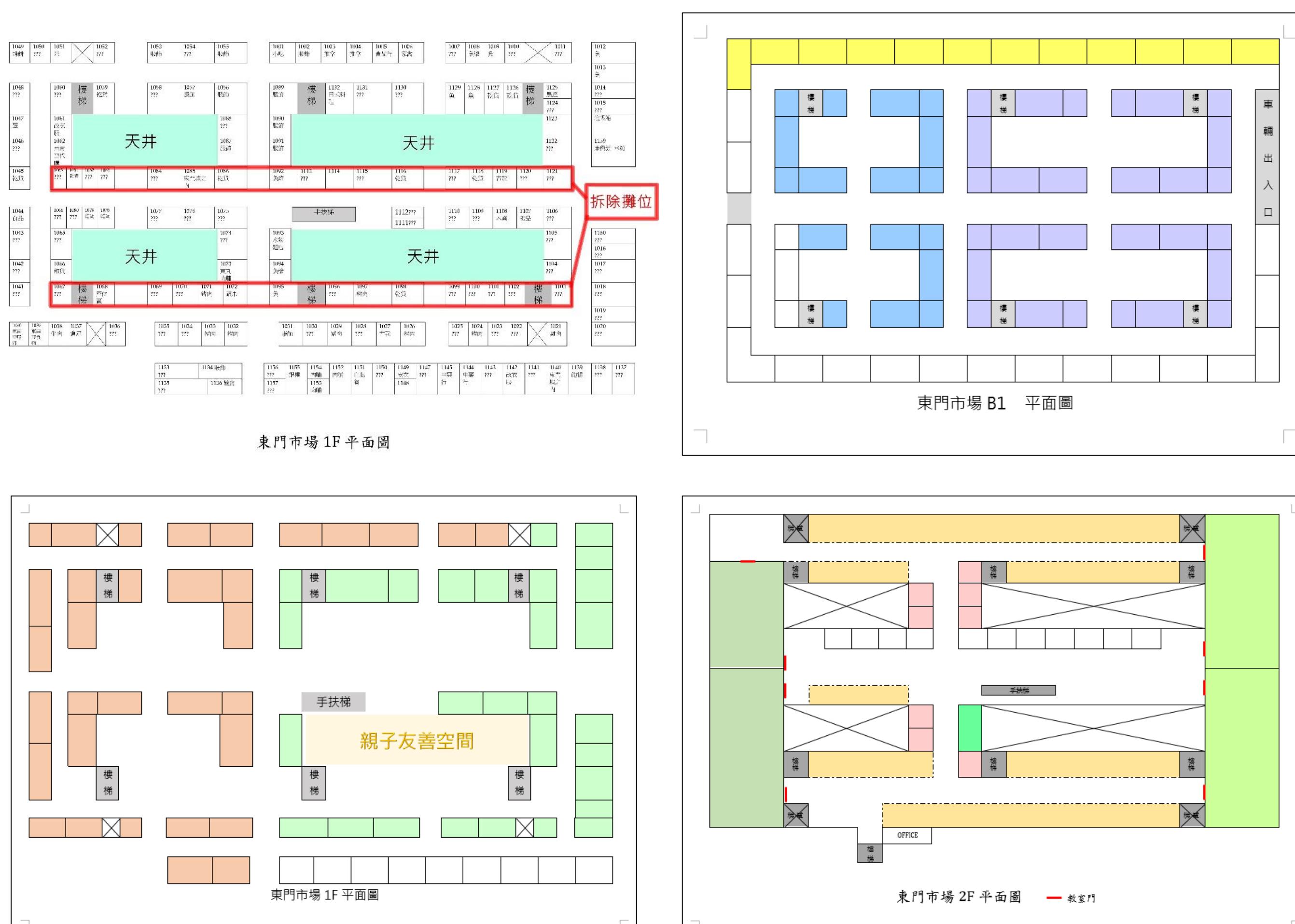


PORK JUNG 計畫內容

一、計畫目標

解決東門市場因閒置店家多、攤販分散，環境髒亂和治安死角等問題，找回逐漸流失的客源、恢復傳統市場的機能，活化東門市場空間。且注入食物再生的新理念，讓食物永續的觀念和東門市場的價值能夠重新被重視。

二、實施方法



三、營運策略

東門市場將作為推廣食物不浪費及資源永續利用的基地，藉由傳統市場將理念散播，改變新竹市民對食物處理的想法，更珍惜食物，使資源被更妥善及有效的運用。

設立烹飪教室及家政教室，規劃活動及課程，教導民眾如何在生活中實踐食物不浪費及資源再利用的理念，讓民眾擁有將垃圾變黃金的能力，也讓民眾互相交流激盪出更多可以再利用的方式及作法。成立再生食鋪使用當季當地的食材，以不浪費為主要理念，結合垃圾烹調法，提供美味的餐點供消費者選擇。

公共展覽空間不只提供藝術家租借展示作品，也可以放置家政教室所做出來的成果，定期更換主題，讓在餐廳停留的顧客可以觀賞，亦可作為推廣食物不浪費的活動舉辦場所。

► 分期目標

短期	<ul style="list-style-type: none">改善硬體環境問題建立新東門市場新形象穩定客源基礎維持現有攤販數量推廣食物再生及食物永續理念
中期	<ul style="list-style-type: none">打開品牌知名度回收成本結合舊城區商家舉辦課程活動，融入在地吸引新的店家進駐
長期	<ul style="list-style-type: none">使新竹市民自主落實食物不浪費的理念回饋在地居民使東門市場能永續經營及利用

PORK JUNG 市場競爭與分析

一. 市場特性與規模

傳統公有市場本身因隸屬於公家，攤販的租賃由公家單位進行管理，每個攤位經由租賃後，除去相關的使用管理業務，其餘皆由攤販自行處理，空間配置上，整體空間為開放式，不受營業時間影響，全天候皆可進出來往，因地緣性與居民生活密不可分，大多的食材買賣行為皆在此發生，其中受到居民消費的高峰時段影響有不同的營業時間，如早市，配合市場每週的營業狀況可能也會設置休市時間。

傳統市場擁有大量的攤販，在進行消費的同時也更有空間講價，以人情的關係進行連結，比起沒有情感的廣告文宣，人與人之間的傳播就是傳統市場最好的宣傳媒介，而人能做到的宣傳有多遠，市場的規模就有多大。

二. 競爭對手及策略分析

競爭對手	巨城 City 'super	中央市場	中正市場
位置	新竹市東區中央路 229 號地下一樓	新竹市東區西門 街 2 巷 1 號	新竹市北區中正路 245 號
優勢	<ul style="list-style-type: none">商品整齊環境明亮乾淨	<ul style="list-style-type: none">交易活動熱絡近城隍廟	<ul style="list-style-type: none">室內市場BOT 經營有黃昏市場
劣勢	<ul style="list-style-type: none">不可議價價格較高	<ul style="list-style-type: none">出入巷道擁擠、狹窄	<ul style="list-style-type: none">距離市中心稍遠
經營策略	採連鎖經營方式，可以確保產品品質的一致性，且經營時間與傳統市場相比較不受限制。	目前新竹市最大的傳統露天市場，老字號店家多，顧客對產品有一定的信任度。	重新整建，定期舉辦活動吸引人潮，並透過網路行銷增加曝光率。

PORK JUNG 行銷計畫

4P 行銷策略

產品策略 (Product planning)	<ul style="list-style-type: none">市場、烹飪教室、家政教室及再生食鋪的結合不僅可以擴大客源，也能延伸市場的價值。拉長東門市場的營業時間，早上到晚上都有可以到東門市場的理由。
銷售通路 (Place)	<ul style="list-style-type: none">東門市場位於新竹市的鬧區以其地緣優勢，與各級學校及新竹科學園區合作。鄰近高中、大專院校進行宣傳，提出優惠方案。給予竹科員工特別優惠，穩定客源。國中、國小則是以作為教育場所的關係合作。
促銷及推廣活動 (Promotion)	由於目標客群為家庭，可以透過社群媒體宣傳，提高能見度，並且也可與企業一同舉辦家庭日，讓大家多親近東門市場。
服務環境 (Physical evidence)	<ul style="list-style-type: none">改造過後的東門市場會增加自然採光，並且重新整理攤販位置，讓整個空間環境、通風、採光都變得良好。延長營業時間，使東門市場長時間有居民來來往往，不再成為治安的死角。