

# 當代行人徒步街發展研究 —從德國經驗到台灣本土的實踐

鄭幸真<sup>\*1</sup> 施植明<sup>\*\*</sup>

\* 南亞技術學院建築系  
e-mail:hsing@nanya.edu.tw

\*\* 台灣科技大學建築研究所  
e-mail:scm@mail.ntust.edu.tw

(收件日期:93年07月09日;接受日期:95年05月15日)

## 摘要

當代行人徒步街發展,最早創始於德國,從1920s開始發展至今,德國的徒步街發展漸趨成熟,各國的徒步街發展也多少受到其影響。其發展過程中,因著不同時期的時代背景考量,從早期為解決汽車交通問題的策略,變成都市計畫與設計的重要概念,更成為許多城市都市更新的重要手段,因而探討德國的徒步街發展有其重要性。台灣的行人徒步街發展,則從1980s開始,呈現兩種不同的方向:一個是公部門主導的都市更新策略,以台北市西門徒步區為創始的案例;另一個則為私人企業團體為著提高房地產附加價值,所提出來的空間行銷策略,以台中市精明一街徒步街為代表。這兩種不同出發點的徒步街形式,也成為後續徒步街發展的重要指標。

本文企圖探討當代行人徒步街發展,自創始的德國以及台灣本土的發展概況,並從中釐清當代徒步街所具有的特點與發展趨勢,以作為後續類似案例的參考。德國的部分主要探討其不同階段的發展情形、重要發展概念與相關發展策略與影響。台灣本土案例的探討部分,則以分別代表公私部門的兩個起始案例,探討其差異性。

關鍵詞:行人徒步街、民眾參與、街道行銷、都市計畫、都市更新、多元化

## 一、前言

商店街的發展可追溯到希臘、羅馬時期(註1),而具有供行人專用概念的商店街在歷史上也曾以不同的名詞出現過,最早如中世紀時具有頂蓋的商店街一直西方稱之為 arcade(註2),在中華地區稱之為 bazaar(註3)。然而當代慣稱的「行人徒步街」,稱之為「pedestrian mall」。本文即以當代行人徒步街—pedestrian mall 為主要的探討重點。回溯「行人徒步街」的發展,在歐戰前有數十年的歷史,在台灣的發展,則是從1980s才開始。近年來伴隨著政府「社區總體營造」、「商業造街」以及「城鄉新

<sup>1</sup>台灣科技大學建築研究所

風貌」等政策的推展之下，台灣各大小城市開始規劃所謂的「特色街道」，有些即在圖以徒步街的方式呈現。而受到國外徒步街發展以及現代都市生活型態轉變的影響，以「人」為主的徒步街道，也為台灣現代街道發展注入了新的思維。徒步街的產生，藉由街道空間的整體規劃，創造出新的街道類型，使得徒步街不再只是單純的商店街，而兼具了購物、社交、觀光、文化呈現等多元化功能。

### 1-1 行人徒步街的定義

行人徒步街在英文裏稱之為「Pedestrian Mall」（註 4），事實上為街道的一種形式。兩個字分別來看，Pedestrian 的定義是「One traveling on foot」，意味著徒步行走的人；而 Mall 的原意為「a shady public walk or promenade」，即為供步行的林蔭步道（註 5），Rykwert 指出「mall」的含意，強調「徒步(on foot)」前進的街道形式[41]。目前慣稱的「Pedestrian Mall」，通常指位於市中心商業區(Central Business District)行人專用的單一行人徒步街，或數條街道組合的行人徒步區而言。另外，行人徒步街道的另一種說法「pedestrian precinct」或「traffic free zone」，意味著「行人專用領域」，是廣義的包含所有供行人專用的街道，包括住宅區、商業區等居住街道或商業性街道。本論文所探討的，主要是以商業性的行人徒步街—「pedestrian mall」為探討的目標。

### 1-2 行人徒步街的發展

行人徒步街的發展，開始於西歐的都市[39]，而漸進的擴展到英國城市，近年來亞洲新興城市的借鏡歐美，也將徒步街的設立納入都市發展考量。而徒步街的出現，原是處理汽車交通對城市街道紋理影響的手段，卻後來轉變成都市設計以及計畫上的操作手法，Hajdu 指出，徒步街發展的意義包括了：改變 20th 中所有都市發展與計畫以汽車使用便利為主要考量的概念；凸顯都市政策的決策，在民主社會中需面臨多數都市社群(urban community)間所存在的緊張與衝突；顯示出一個源於地方解決都市立即問題的策略，如何演變成一個計畫上的創新概念[21]。這說明徒步街設置，在都市發展上具有重要地位。

行人徒步街最早的概念來自於創造一個「Traffic Free Zone: 無汽車區域」。十九世紀末汽車發明後，由於低估汽車成長的幅度，使得汽車使用以及數量成長未受到控制，對都市環境發展產生負面的影響，甚至影響到行人的安全性。到二十世紀初期，西歐各國警覺到汽車快速發展的嚴重性，開始發展出 Pedestrianization 的街道概念，並以住宅區及市中心商業區創造一個 Traffic Free Zone 為主要目標。而目前所謂的 Pedestrian Mall，則成為創造市中心商業區 Traffic Free Zone 的重要操作手法。

第一個行人徒步街，創始於德國[21, 29, 39]。1926 年，德國 Essen 成立了第一個行人徒步街，二次大戰後徒步街發展開始在西歐各國形成風潮。然而各國最初考量設置行人徒步街的概念並不太相同：以德國為例，是以解決市中心汽車擁塞的交通問題，及振興市中心經濟與保護歷史遺產為主要出發點；對英國而言，是以考慮行人道路安全及改善都市環境為出發點；對美國而言，是作為振興沒落的市中心商業區的手段；而荷蘭，則是以戰後重建，創造一個 CIAM 所提出的都市核心(The core of the city)（註 6）概念為主要考量[22, 25]。這樣的徒步街風潮，到了台灣最初是被公部門用來作為都市更新的策略，同時卻意外的出現由私人團體所主導，被用來提升房地產附加價值的案例。

## 二、德國徒步街發展

德國為行人徒步街設立的先驅，遠在二次大戰前即有行人徒步街的出現。1926 年 Essen 為第一個整

修舊有歷史街道成爲行人徒步區的城市[39]（參圖2）。二次大戰後，因應戰後都市重建，德國多數都市，將整個城市重建爲戰前的中世紀街道形式（少數都市以現代都市形式呈現），行人徒步區也成爲市中心重建的重要考量。戰後行人徒步街的先鋒包括了 Kiel、Kassel、Cologne 等城市。根據統計，1966 年有德國約有 60 個城市的行人徒步街，到了 1980 年中期，共增加到 800 個城市，成長的速度驚人[28,39]。從戰後到 1966 年間，平均每年增加 5.5 個城市，爲發展較爲平緩的初步期；1966~1973 年平均每年增加約 22 個；1973~1977 年平均每年增加 31.5；1977~1980 爲加速發展的蓬勃期，僅三年間就增加了 460 個行人徒步街，平均每年增加約 150 個，由此可見徒步街在德國成爲重要的都市政策。（其成長的幅度以及整個發展的概況，可由圖 1 以及表 1 看出）

表 1 德國徒步街發展時間軸

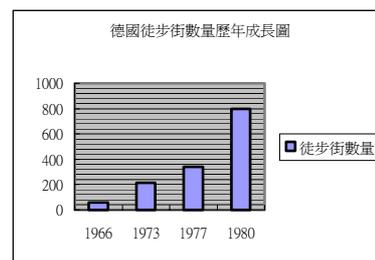
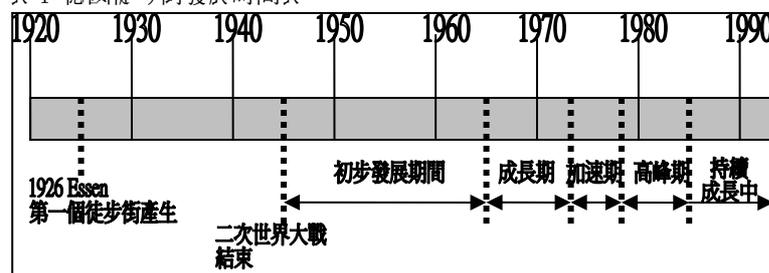


圖 1 德國徒步街數量成長圖

## 2-1 德國徒步街發展過程

雖然徒步街的形成開始於 1926 年，然而真正具體的徒步街政策發展是從二次大戰後開始。Hajdu 將截至 1980s 末期的德國徒步街發展分爲兩個階段，他稱之爲「第一代」與「第二代」的行人徒步街。第一代的行人徒步街：主要的發展階段是二次大戰後至 1970 年代中期左右。也就是德國徒步街初步發展以及逐漸成長的階段；第二代的行人徒步街：從 1970s 中期至 1980s 末期的徒步街發展，是屬於快速成長的高峰階段。發展過程中，不同的階段呈現不同的發展概念與目標[21]。而 Monheim 則提出，進入 21st 的德國徒步街，已從單純的商店街轉化爲都市娛樂中心[29]。由此可知，德國徒步街的發展，因應不同時代的需求產生本質上的轉變。依據發展過程中，不同時期的發展訴求，本研究乃將德國的徒步街發展區分爲四個階段，探討如下：

### 1. 階段一（二次大戰後~1960s 晚期）：

從二次大戰後的都市發展爲開端，1955 年以前，肇因於汽車數量的快速成長，某些中世紀形式的城市，由於市中心街道狹小，造成阻塞（參圖 4），乃關閉狹窄的街道爲行人徒步街（參圖 3），以解決市中心交通阻塞的問題。但仍只是解決立即問題的手法，而非具體的都市計畫政策。一直到 1960 年代晚期，地方政府開始警覺到汽車交通對都市紋裡的嚴重負面影響，才開始建立「行人徒步區(Traffic-free Zones)」設置的基本政策。然而一開始不完備的計畫以及害怕徒步區影響重要設施的可行性甚至影響到汽車使用的便利性，使得徒步區計畫常遭到當地居民或者是汽車協會等組織的反對，使得計畫延遲或廢止。因此 1960s 以前的徒步街發展較爲緩慢，多侷限於交通問題嚴重的城市。

### 2. 階段二（1960s 晚期~1970s 中期）

1960s 郊區購物中心的出現，改變了徒步街發展的瓶頸。1960 年初，德國第一批郊區購物中心於 Frankfurt 及 Bochum 設立，使得郊區購物中心的開發開始威脅到市中心的商業市場[21]。1970 年初，德國開始有人提出，利用創造市中心行人徒步區，來提升市中心的經濟競爭力及保持市中心的吸引力。德國政府基於振興市中心商業區經濟的考量，更積極的考慮行人徒步街的設立。各地方政府也將「創造充滿活力的購物環境」，作爲徒步街的主要設立目標，使得 1960s 末期到 1970s 德國的徒步街發展從此蓬

勃起來，徒步街數量也直線上升。

### 3. 階段三 (1970s 中期~1990s)

從 1970s 中期左右開始，由於之前的行人徒步街發展均侷限於單一的交通或者是經濟問題的考量，使得徒步街的發展產生了一些問題。首先，著眼於解決交通問題的徒步街政策，由於都市整體的交通配套措施仍不充備，反而造成徒步區外的車流量超過負荷。另外，為了振興市中心經濟，提高市中心零售商店競爭力所設置的行人徒步區，卻隨著徒步區初期的成功，使得地價上揚，傳統商店負擔不起高漲的地價而被大型連鎖商店逐出徒步區外，而原有的徒步區居民也逐漸移出徒步區外。造成原有為自商混合的市中心徒步區，轉變成為純粹商業機能的商業區，而這些連鎖反應也使得徒步區的後續發展備受質疑。除了這些問題以外，隨著時代的變遷，「環保意識」的抬頭以及「都市保育」概念的逐漸風行，也使得徒步街的規劃設置產生了一些新的思考議題與執行策略。

1970 年以前，徒步街設置只是「限制汽車使用」及「刺激市中心經濟成長」的手段，徒步區的劃設不需要太複雜的決策考量。1970 年代中期以後，隨著上述大環境的轉變，徒步街的劃設開始採取「條件式」的評估。以提高市中心環境品質、保育都市原有紋裡、維持徒步區內混合的土地使用分區及活動等為徒步區劃設的首要前提。參與決策的團體關注的是，行人徒步區的劃設是否能創造一個「以人為本」的都市環境，以及能否注意到所有都市社群(Urban Community)的廣泛需求。這也使得原有徒步區侷限性的機能性考量，納入較廣泛的都市社會、文化議題的思考。

### 4. 階段四(1990s~目前)

1990s 開始，德國的徒步區政策持續的穩定發展。徒步區的定位也隨著早期的單一功能的考量，轉換為越來越多功能的都市生活交流場所。因應徒步區的設置，很多配套措施及發展策略更加完善，例如大眾運輸及捷運系統的配合、都市整體交通以及停車設施的規劃控制等。再加上之前都市保育思潮的影響以及近來觀光、文化、娛樂等新興產業發展，使得徒步區的角色越來越多元化，很多城市的徒步區甚至規模越來越大。以科隆(Cologne)市為例，最早的徒步街劃設，僅限於早期的主要商店街，後來結合了都市的文化景觀將科隆大教堂以及美術館等區域也納入徒步區範圍，更結合了火車站及捷運系統等大眾運輸設施，將原有線型的徒步街變成了一個頗具規模的徒步區網路。

隨著時代的變遷，首進入二十一世紀的德國都市發展，「行人徒步區」仍持續成為德國都市計畫政策的重點。Monheim 認為德國「行人徒步區」首新世紀的發展更為成熟，其成功的原因在於：(1)扮演了公共開放空間(public open spaces)的角色；(2)新的生活形式(lifestyle)使得以徒步區為主的都市核心區由商業區轉變為都市娛樂(urban entertainment)的中心；(3)大眾運輸系統的改善及有效的交通管理大大的增進了徒步區的可行性[29]。德國徒步區發展的成功，也影響了歐美各國的都市計畫政策。

## 2-2 德國徒步街發展概念

徒步街首德國的發展，產生於特殊的時代背景及都市實質條件（戰後重建與都市形態）。其發展概念也隨著時代的變遷與都市需求而有所調整（參見 2）。以下根據前述劃分的四個發展階段來探討其發展概念的演變：

### 1. 【階段一】發展概念：解決市中心交通問題

德國第一階段的發展概念，主要是以「解決市中心交通問題」為主要訴求。進入二十世紀後，工業化社會造成的都市快速發展是前所未有的。汽車的發明使得原有不是以車行為考量的都市街道無法適應。隨著私人汽車的快速成長，造成德國許多都市原有尺度狹小的市中心街道太過擁擠，無法負荷。此外，伴隨汽車高度使用而來的空氣污染，也使得都市環境品質低落。汽車交通的嚴重衝擊，促使德國政府採取設立行人徒步街的方式來解決問題。（參圖 5）

### 2. 【階段二】發展概念：振興市中心商業區經濟

第二階段的發展概念，主要著重於如何「振興市中心商業區經濟」。新形式集中型的購物商場—郊區購物中心的出現，使得原有市中心商業區的零售商店，受到嚴重影響。原有市中心的經濟環境逐漸惡化，威脅到市中心商業區的存在。在平衡都市與經濟發展，以及與郊區購物中心競爭的考量下，市中心區提供一個不一樣的、充滿活力的購物環境成為當時的主要考量。行人徒步街因而被賦予新的發展概念。

3.【階段三】發展概念：環境保護&都市保育

1970年開始徒步街發展的概念面臨了不同的轉變。從原有市中心交通及經濟問題的解決，轉而重視都市環境的維護與文化資產保育。這都歸咎於1970年代以後環保意識的抬頭，古城區的都市保育漸受重視，伴隨著都市生活型態的改變，使得德國徒步街的發展概念從單純的解決問題，轉而將文化遺產結合至現代都市生活中。因而「環境保護」&「都市保育」成為這個階段徒步街設置的重要概念。藉由徒步街的設置來提升市中心環境的吸引力、保育歷史古蹟，並將其整合於徒步區中，進而創造市中心為一社會交流的場所。（參圖6）

4.【階段四】發展概念：提供一個多元化的都市開放空間

在當前全球化(globalization)的都市競爭時代當中，德國行人徒步街的發展概念轉而變成「提供一個多元化的都市開放空間」。很多城市以發展觀光產業為提升都市競爭力的主要手段，如何展現一個城市的特殊文化價值、表現其都市生活方式、以及提供一個都市休閒娛樂場所，成為現階段行人徒步區的重要使命。行人徒步區開始加強結合文化特色，展現自身的特殊文化價值，配合各種節慶活動展現都市生活的特色，再加上新興的多媒體產業進入徒步街，使得行人徒步區成為一個提供都市居民社會、文化、娛樂活動的多元化都市開放空間。（參圖7）



圖2 第一個行人徒步街，Essen 現況。

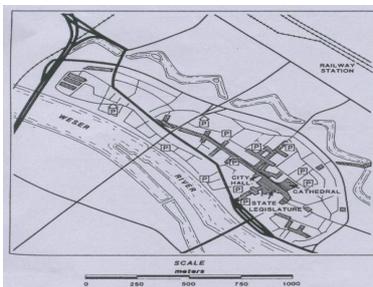


圖3 針對街道狹小所劃設的行人徒步街區域，Bremen。



圖4 德國早期街道受汽車影響情形，Hamburg。



圖5 中世紀狹窄街道所形成的徒步街，Aachen。

表2 德國徒步街不同時期發展概念

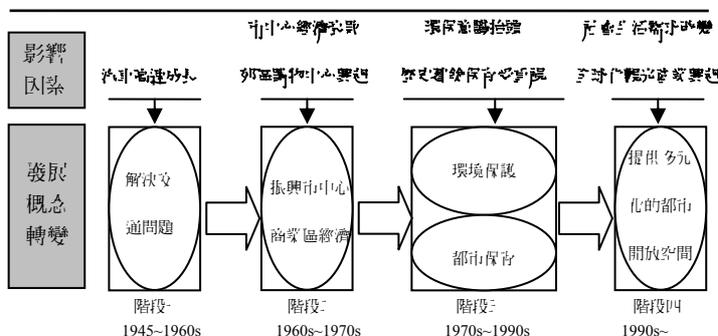


圖6 配合歷史建築保育所設立的徒步街區域，Bonn。



圖7 結合休閒娛樂觀光型的現代型徒步街，Aachen。

2-3 德國徒步街類型與規模發展

徒步街的類型選擇與劃設的規模大小，往往影響徒步街發展的成敗。而徒步街的規劃，依據不同的規劃概念，有不同的類型劃分。在美國，徒步街規劃是以汽車的可及性程度，根據汽車是否進入以及允許車輛通行的程度來區分為 Full Mall、Semi-Mall、Transit Mall 等三種類型（註 7）[39]。德國則是根據每個城市特殊的都市形態(urban form)，以徒步街的連續性以及連結性來劃分。而德國近年來的徒步街規模發展，有擴大的趨勢。針對其類型與規模發展探討如下：

### 1. 徒步街類型：

德國的徒步街類型發展，深受其都市本身的都市形態影響，不同都市形態所具有的街道尺度，也影響徒步街的連續性與連結性。每個城市因實質條件不同，發展出來的徒步街形式也不同。整體而言，因應都市形態的差異，德國的徒步街可分為以下三類：(1)單一街道型行人徒步街(single pedestrianized street)，例如 Heidelberg；(2)網路型行人徒步街(webs of pedestrian area)，例如 Cologne、Aachen 等。(3)非連續性的行人徒步街(unconnected pedestrian mall)。

單一街道型行人徒步街，主要出現在規模較小型且都市形態發展為帶狀的城市當中，以一條連續、成線型的徒步街道形式呈現，不同的街道段落間，往往以廣場連結，如圖 8 的 Heidelberg。而網路型行人徒步街，是德國徒步街發展的重要典型，以網路型態形成一個面狀的徒步區網路，往往結合了數條街道以及數個廣場，如圖 9 的 Aachen。單一街道與網路型徒步街，往往被應用在街道尺度適中，符合人性尺度的古型城區當中。德國許多中世紀型態的有機城市，提供了這樣的徒步街環境。古型城區中，具備人性尺度的街道及廣場，在排除了汽車的入侵後，回歸成以人為主的優良街道空間。而非連續性行人徒步街，則出現在現代都市規劃所設計出來的格子狀或幾何型都市中，因為街道尺度超尺，無法連結成網路，如 Berlin 等大都市。根據 1975 年的統計記錄顯示，德國有單一街道型徒步街的城鎮有 165 個；劃設網路型徒步街的城鎮有 141 個；有非連續性行人徒步街的僅有 23 個。可見德國具有徒步街的城市以前兩類為主，而徒步街的發展與都市的形態及尺度息息相關[21]。

### 2. 徒步街規模發展

德國城市行人徒步街的規模大小不等。從發展初期的小規模劃設，隨著時代的變遷，有些城市的徒步區規模也越來越大。1960 年德國徒步區的平均長度為 646 公尺；1973 年平均長度為 2 公里左右；1980 年已有許多發展成網路型徒步街的城市，其平均長度已超過 3 公里（如：Cologne、Nuremberg 等城市）；2000 年左右，根據統計平均長度已達 4-9 公里（如：Aachen、Essen、Munich、Stuttgart 等城市）[29]。

德國徒步區之所以規模上有擴大的趨勢，最主要在於小規模的徒步街，容易產生因為行人流量 (pedestrian volumes) 過大而太過擁擠，以及徒步區內商店租金高漲，無法與徒步區外大型商店競爭的問題。因此擴大徒步區規模，可以疏散行人流量，藉此減少徒步街內商店租金壓力。

## 2-4 各參與團體的角色

影響徒步街發展的相關參與團體，1970 年以前主要是由德國政府機關來主導，並由「商業團體」、與「交通組織」加入意見。1970 年代開始「居民組織」、「環保團體」、「都市保育組織」等團體則開始參與決策的討論。（參表 3）

整個徒步街的政策制訂及發展過程當中，「德國政府組織」扮演了很重要的角色。德國政府對都市政策的擬定主要分為聯邦政府、州政府、地方政府這三個層級。德國徒步區發展早期，德國聯邦政府陸續於 1960、1965、1971、1977 年通過徒步街設立指導原則的法案，以作為州政府及地方政府遵行的依據。而兩個較高層級的政府組織（聯邦政府與州政府）主要的工作包括：徒步街資料的蒐集研究與徒步街的推廣、徒步街初步發展的整合、制訂並通過徒步街設立的相關法令。而地方政府的角色則為站於每個都市需求角色上處理下列問題：(1)對徒步區的劃設做決策；(2)負責設計及監造的工作；(3)監督徒步街的後續發展；(4)致力將徒步街的特色與各個城市的都市特色（都市生活的需求、都市形式與結構）連結自

一起。而這三個層級的政府組織在政策擬定與實施上互相影響，尤其是地方政府，面對個別都市的特性必須調整設計原則，以符合個別都市的特殊需求，使得每個城市的徒步街實施重點不盡相同卻別有特色。

「商業團體」與「交通組織」，對於徒步街發展也扮演了重要的角色。早期「商業團體」對徒步街發展常抱持懷疑及反對的態度，認為徒步街限制車行會影響商店的可及性。主要是因為德國城市在戰後二十年間，市中心商業區的成功是建立在便利的交通運輸，特別是私人汽車的可及性上面。一直到1960年代郊區購物中心的衝擊才使得商業團體轉而支持徒步街的成功。然而徒步街初期的成功，也使得徒步街以外的商業團體產生反彈。這些都影響了徒步街的擴張與修訂。除此之外，「交通組織」也對徒步街設立產生影響。包括德國汽車協會及大眾運輸相關組織對於徒步街成立的提案，常重視是否有適當的交通管理政策來進行抉擇。有些城市的徒步街提案即因德國汽車協會等組織的反對而計畫延遲或廢止。促使各個城市在徒步街發展過程中，重視及發展出有效的交通管理政策。

1970年代開始，由於早期徒步街設立所產生的負面影響，以及環保意識及都市保育風氣的影響，使得「居民組織」、「環保團體」、「都市保育組織」也陸續加入影響徒步街設置的行列。由於徒步街發展造成徒步街以外地區交通擁擠以及噪音、空氣污染等問題，使得居住品質下降，「居民組織」開始於1970年代早期嘗試加入相關決策，對於相關環境議題提出意見；另外「環保團體」也針對環保問題，認為行人徒步街的設立不能只專注於少數人的利益需求，而必須兼顧整個都市廣泛都市社群的需求。除此之外，「都市保育組織」的加入，強調行人徒步區的設立應保有都市本身的特殊都市形式及意象，並將都市中的歷史遺產加以結合。這些團體的意見加入，影響徒步街的設立，也使得徒步街政策的制訂在參與團體的折衝下更趨成熟以及更符合時代的需求。

表 3 德國徒步街發展「參與團體」演變表

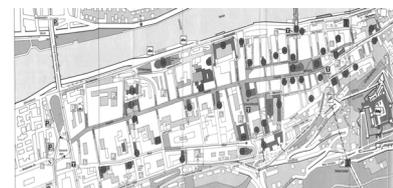
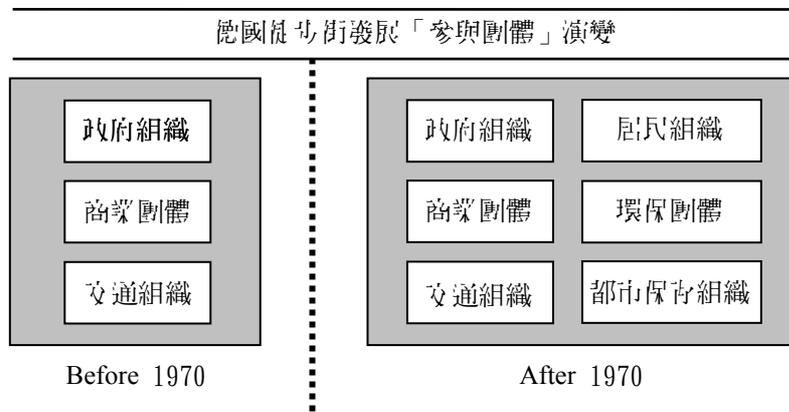


圖 8 單一街道型徒步街, Heidelberg。

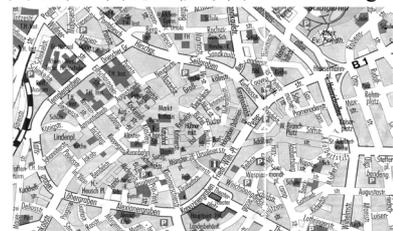


圖 9 網路型徒步街, Aachen。

## 2-5 重要的發展策略

德國徒步街發展的成功，歸功於完備的徒步街政策以及相關發展策略的運用。德國政府部門早在1960年就開始制訂徒步街的相關政策與法令。此外，隨著不同時期的徒步街發展，一些重要發展策略的導入，更促使徒步街的發展更為成熟。其中又以交通政策的運用以及管理與行銷策略的導入，最具關鍵性。

### 1. 交通政策運用

德國徒步街政策發展的成功，其相關的交通政策扮演了重要關鍵。相關的交通政策，包含軟體上的政策制訂：包括 Traffic Calming (註 8) 的實施、市中心劃分為不同的交通管制區、提高市中心停車費、提供動態停車資訊等；以及硬體方面的交通建設：包括捷運系統興建、新創停車設施等。

Traffic Calming 的交通管制技術早在 1960s 在歐洲國家開始被廣泛討論。1970s 在德國變成都市設計

上的重要策略[32]。Traffic Calming 的概念主要包含車輛管制與車速控制兩項措施：車輛管制，是限定進入市中心的汽車只能經由某些特定的街道，以及尖峰時間只允許當地居民車輛進入市中心等措施。車速控制，則在特定的市中心商業區內限定車速，大多限制在 20km/h 以下，有些甚至至 10km/h 以下，主要是為提供一安全的徒步環境[22]。

「市中心劃分為不同的交通管制區」，是將市中心以交通管制方式區分為幾個不同區域，開車往來各個不同分區，需經由特定道路來連接。最常見的是在中心區形態的城市中，以環道來連接各分區。另外以「提高市中心停車費」、「提供動態停車資訊」來輔助控制徒步區周邊的交通。除了以上軟體方面的交通政策外，硬體方面的「捷運系統興建」以及「新建停車設施」也是重要的配套措施之一。

## 2. 管理與行銷策略運用

德國徒步街發展的過程中，所面臨的一重大競爭對手，即是「郊區的大型購物中心」。而郊區購物中心的優勢之一即為便利的停車與多樣化的商品選擇。為了與之競爭，以及面臨當前全球化過程中的城市競爭，徒步街的規模不僅越來越大，商品的種類也更多樣化，而所提供的活動也更多元化。因而如何有效整合徒步街越來越多元化的發展，更凸顯徒步街的特色，「管理與行銷策略」的運用，成為近年來德國徒步街發展的重要工具，許多城市因而導入「城市管理」的概念。

管理方面包括了商家間的協調管理、時間管理、活動管理以及硬體設施的管理等。行銷方面則集合了商業上各種促銷的手法，例如大量的廣告、規劃多樣化混合性的商品、創造吸引人的購物環境以及利用頻繁的「活動」，來達到街道行銷的目的。例如 1999 年，Northrhine-Westphalia 州，在州內的城市舉辦聯合性的「城市行銷」活動，每一個城市規劃了多樣化的活動來提升城市的意象，以及吸引更多的觀光客[29]。成功的管理與行銷策略運用，也連帶促使徒步街的發展更具競爭力。

## 2-6 小結

由以上探討可知，德國不僅是當代行人徒步街發展的鼻祖，在很多方面也都足為其他國家借鏡。從其發展過程中，可看出徒步街的發展，牽涉到都市中複雜的都市發展、都市紋理、交通、經濟、環境、社會、文化層面的考量。隨著不同時代的社會背景與思潮轉變，徒步街的發展概念與扮演的角色也因應時代的變化而調整，以符合當時都市的需求。而徒步街的類型與規模、各公私部門參與團體的合作以及有效的發展策略運用，都使得德國的徒步街政策，成為值得探討與研究的對象。

# 三、國內徒步街發展

## 3-1 國內徒步街發展概況

歐美的徒步街發展，從戰後一直發展到 1970s 已漸趨成熟，而台灣的行人徒步街發展，要到 1980s 才開始。雖然如此，卻出現了分別由公私部門推動的第一起案例，分別為由台北市政府，以都市更新以及平衡都市發展為出發點所規劃的台北市「西門町徒步區」[4]；以及由建商為了增加房地產附加價值，所規劃的台中市「精明一街徒步街」。這兩個性質不同的案例，也對台灣後續的類似案例規劃，產生了指標性的影響。目前公私部門的徒步街計畫，在台北、台中、高雄等大型都市陸續推展，例如目前台北市就有華陰街、四平街、雙城街、文昌街...等徒步區的推動。而由私部門主導(多為建商)的徒步街，則以台中市為主要的發展地。根據統計，截至 1999 年為止，台中地區就有 9 個案子，期望循精明一街模式設立的徒步街[15]。這樣的發展趨勢，使得台灣的徒步街發展，對照歐美徒步街一開始多為公部門主導的

形式，產生了特別值得探討的兩種截然不同的對比發展形式。藉由這兩個案例的探討與比較，從其發展經驗中，找尋公私部門主導案例的異同，以為台灣後續的徒步街規劃提供一些參考的依據。

### 3-2 西門行人徒步區

西門町徒步區，可以說是目前台北市西區的重要地標。它不僅是台北市著名的青少年活動的場所，也提供了其他市民一個從事休閒、娛樂、文化活動的場所；它不僅是單純從事商業行為的商店街區，也成為一個提供多元化都市活動的都市公共開放空間。它從開始的可行性研究，到形成目前的規模，共花了將近二十年的時間，經歷了兩次設計施工的改造。整個徒步街的形成，經過多年的努力，集合各公私部門的心血，變成台北市的重要都市意象。在都市政策的推動上，可說是由公部門主導的重要政策，其主要的目標是帶動老舊市區的更新，而由其 1999 年第二次重新設計施工後，行人流量與商店營業額的增加來看[1]，西門徒步區可說是非常成功。

#### 3-2-1 西門徒步區發展過程（參表 4）

西門地區劃設徒步區，肇始於 1980s 台北市整體都市均衡發展的考量。1980s 為其都市發展的分水嶺[4]，當時東區新市區建設發展方向確立，面對舊有的都市中心—西區，如何均衡都市發展乃成為重要課題。在面臨都市發展所產生的舊市中心衰敗的情況下，如何以及使用甚麼樣的策略進行老舊地區都市更新，成為當時都市計畫考量的重點。受到歐美以行人徒步街作為舊有市中心商業區再生策略的影響，當時的市政府對於西區的都市更新策略之一，即是研擬於舊有的商業中心西門町劃設行人徒步區。

西門徒步區位於台北市的舊都心，是由三條街道（武昌街、峨嵋街、漢中街）所組成的網路型徒步街，全長約一公里（參圖 10），因為涵蓋的範圍大，所牽涉的問題多，推動困難度也大。整個西門徒步區的發展，歷經長期的努力以及多項政府計畫的投入，以下將其發展過程分為四個階段來探討。

**階段 1—推動階段（1983-1987）：**台北市政府是第一個將行人徒步街導入都市更新策略中的公部門。由於在此之前，國內並無相關案例，雖然國外發展已然成熟，但不同的社會、文化背景，是否能在國內推展成功並無把握，因而市政府進行了「連串的推動工作，包括從 1983 年開始進行一年的可行性研究，1985 年進行規劃（註 9），同年並以「設計展」的方式實地進行徒步街概念的推廣與模擬（註 10）。然而當時的大環境並無相關交通配套措施的配合以及民眾的疑慮下，因而推動失敗。

**階段 2—初步實踐階段（1987-1990）：**面對整個台北市都市發展，東區興起，西區式微的現實情況下，西門地區的地方人士開始正視西區逐漸沒落的問題，1987 年成立「西門商業中心更新促進會」，透過民間的力量，重新催生西門徒步區，因而於 1990 年西門徒步區第一次設計施工完成，同時成立「西門徒步區自治管理委員會」[6]，台灣第一個由公部門主導的行人徒步街於此產生。

**階段 3—再造階段（1990-1999）：**1990 年第一次施工後不久，西門徒步區即因設計不良、無法可依據導致行政單位權責不清以及管理委員會無法定位管理困難、交通配套措施不足等問題，使得徒步區變成攤販聚集、垃圾充斥、違規停車的場所，因而施工不到一年即思考再造計畫[6]。改造期間，進行了「連串的軟硬體的配套措施研擬。軟體方面包括立法、產業及活動特色建立以及民眾參與機制的形成，「台北市徒步區闡述及管理辦法」於 1994 年通過，西門徒步區被定位為青少年與文化活動場所，並舉辦「連串相關活動，鼓勵商家與民間團體加入再造的行列；硬體方面以停車規劃、捷運等大眾運輸配合以及實質環境改善來改造整個西區的大環境。在此期間更有密集由政府計畫的投入（參表 4），西門徒步區於是於 1999 年第二次設計施工完成，浴火重生。

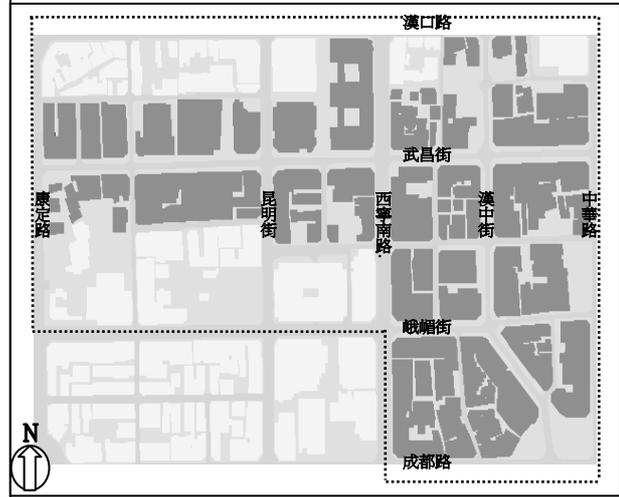
**階段 4—永續發展階段（1999 以後）：**西門徒步區從 1999 年 5 月 21 日再次重新開幕至今，已成功的經營了七年之久。然而為著街區的永續經營，其他相關計畫的配合也持續在進行中。1999 起由經濟部商業司委託的為期三年的商圈再造計畫，內容包含了：街區組織輔導、企業化商圈營運管理、商圈發展檢

討與策略規劃、特色產業輔導與成立遊客服務中心等[1]，都在圖將西門徒步區推展成一個有無限發展潛力的徒步街區。而事實也證明，西門徒步區目前成為青少年族群流行的代名詞，每個週末及假日都有各式各樣的活動在此進行，西門徒步區已成為台灣行人徒步區成功的典範之一。

表 4 西門徒步區發展時間表

階段	年份	事件
階段1	1983	西門徒步區可行性研究
	1983-1985	西門徒步區規劃、西門徒步區設計展
階段2	1990-1990	徒步區第一次設計施工完成，成立西門徒步區管理委員會
	1991	台北市政府進行「西門徒步區再改造行動計畫」
階段3	1992	文建會「公共場所視覺景觀環境美化計畫」
	1993	廣告招牌美化計畫—舊有招牌拆除與招牌設置管制
	1994	「台北市徒步區闢建及管理維護辦法」三讀通過
	1995	文建會「社區總體營造」&台北市「地區改造計畫」
	1996	配合「全市人行系統環境改善工程」進行「西門徒步區人行系統改善計畫」
	1999	「西門徒步區人行系統改善計畫」工程完工
階段4	2000	經濟部商業司進行為期三年之「商圈更新再造計畫」

圖 10 西門徒步區（虛線區域）平面圖



### 3-2-2 影響西門徒步區發展的重要因素

探討整個西門徒步區從失敗到成功的發展過程中，可歸納出一些影響徒步街發展的重要因素：

#### 1. 法令的完備

行人徒步街的發展，不僅牽涉到徒步街區本身的繁榮，還影響周邊其他區域的發展，如何有效執行，法令的完備非常重要。以德國而言，從中央政府、州政府到地方政府都有層級明確的法令依據。然而台灣在此之前並無經驗，徒步街的劃設只是地方政府都市更新的策略之一，因此舊徒步街管理辦法通過前，實施成效明顯不彰。台灣第一個徒步區特別法—「台北市徒步區闢建及管理維護辦法」，因著西門徒步區初期的實施失敗而誕生，在台灣的發展上意義重大。法令的通過明確各主管機關的權責，賦予管委會明確的法定地位，更導入民眾參與的概念，也大大改善了徒步街區的運作。

#### 2. 民眾參與制度的建立

西門徒步區的發展過程，民眾參與制度的推動，大大的影響了徒步街的管理與經營。一個牽涉廣泛的徒步街區，無法僅靠公部門有限的人力來管理維護，因此國內外的徒步街經驗中，皆都以「民眾參與」的街區組織來推動徒步街事務。西門徒步區民眾參與制度的建立，透過立法給予管委會法定地位後，也建立了民眾參與都市公共空間經營的模式。在西門經驗中，透過公部門的輔導，由住戶、商家等民眾參與的街區組織來協調改善與管理，成為徒步街永續發展的最大助力。

#### 3. 相關建設計畫的配合

西門徒步區的發展，也突顯出都市發展過程中，相關建設計畫互相配合的重要性。西門徒步區原為西門都市中心整體再開發計畫中的一環，其中還包括了捷運系統計畫、廣告招牌美化計畫、萬華車站特定區計畫、中興路林蔭大道規劃、西門理教公所再開發計畫、淡水河片整體發展計畫等相關交通、景觀重大建設的配合[4]，使得西門徒步區得以成功的生青，從較早的廣告招牌美化計畫以及近年捷運系統的陸續完成，都逐漸的使徒步區的人潮增加，在日後的其他計畫完工後，也期待能帶來更大的正面效益。

#### 4. 產業、文化及活動特色建立

整個發展的轉型，從早期粗糙的提供一個空泛的徒步空間，到後來以當地產業、文化與活動特色的建立為思考重點，為徒步街的發展找到真正的精髓。如同德國徒步街後來的發展，藉由城市特殊文化價值以及都市生活的展現，來凸顯其徒步街區的特色，西門徒步街也藉由當地傳統產業的再造，結合基地

本身的歷史文化資源，以及頻繁的文化、娛樂活動的規劃，創造出一個深具活力的都市公共開放空間。

### 3-3 台中市精明一街徒步街

1980s年代，台中市正值大量重劃區推出[2]、房地產景氣以及重大公共建設(如科博館)完工的情況下，都市發展快速。在此同時，民間流行起一連串特殊的商業造街計畫(庭園咖啡廳、個性商店街等)，這也使得私人建設公司，在推案時興起參考歐美各國徒步街的設置，以提高房地產附加價值的概念，因而規劃出台灣第一個由私部門主導的徒步街—精明一街。

精明一街是一個舊新市區內規劃徒步街，而帶動新市區商圈發展的奇特案例，與傳統都市設計利用徒步街劃設來進行舊市區更新不同。它不僅是台灣第一個在舊新市區利用整體規劃所創造出來的徒步街，也是第一個由私部門所推動的徒步街。因為它的成功，帶動台中市類似徒步街案例的發展[15]。儘管是私人開發的徒步街，但卻意外的形成一個特殊的都市公共開放空間，所代表的意義，值得探討。

#### 3-3-1 精明一街發展過程(參表5)

精明一街徒步街全長約132公尺(圖11)，位於台中市西區，屬於台中市五期重劃區的範圍(圖11)，在開發當時屬於都市的邊緣地帶。經過多年的都市成長，目前介於舊都心以及新都心交界處，東側為舊市區中心，西側為未來新市政中心(七期重劃區)所占地。地理位置靠近台中市主要聯絡道路之一的中港路，中港路上辦公、商業大樓林立，目前有SOGO、新光三越及Tiger City等大型商業設施所形成的商圈。精明一街徒步街的出現，塑造了現有的精明一街商圈。目前精明一街商圈與附近的中港路百貨商圈為目前台中市最活絡的商圈之一。而精明一街商圈的形成，歸功於精明一街徒步街實施的成功。

精明一街發展的成功，是經過事前的規劃與完工後民眾自發性的努力經營，以及後來公部門的介入輔導而來的。整個徒步街的發展，亦可劃分為四個階段來探討：

**階段 1—成形階段(1988-1991)：**精明一街徒步街的成形，來自中陽建設公司所規劃的包含住宅以及辦公大樓的房地產興建計畫。精明一街原為計畫徵收的計畫道路用地，由於當時台中市政府因應財政困難，對公共設施用地徵收政策的改變，使得中陽建設公司能夠以計畫徵收計畫道路兩旁的土地做一整體規劃設計，並將之規劃為以精品販賣為主的主題式商店徒步街。1988年開始進行規劃設計，將徒步街沿街立面的元素包括招牌、遮陽版等進行整體設計。1990完工後進行招商，但因統合困難而招商失敗。此外，因無法強制管制車輛進入，使得徒步街構想面臨失敗的命運，商店經營困難，街內開店比率不到一半。

**階段 2—民眾自治性的參與階段(1991-1995)：**1991年部分有心的商家與住戶發覺此處的潛力，面對街內商店經營的困境，開始討論如何自力造街。1992年組成自治會，開始付諸行動。這個自治會由部分商家與住戶組成，經過與街內其他商家協調後，達成共識，為創造一個真正的徒步街，進行一連串的改造行動。首先，進行街區內全面禁車的宣導，進而由自治會成員的運作下，以私人的力量進行封街；接下來開始進行「街道景觀改善」；最後是在街道空間的運用上，擺上座椅，企圖創造出如歐洲城市的露天咖啡座氣氛。民眾自治性參與造街活動的努力，使得精明一街在當時成為一條極具特色的街道，商機蓬勃，也吸引當地其他建設公司，在推案時採用類似的徒步街規劃手法。

**階段 3—公部門介入輔導階段(1995-1997)：**1995年藉由公部門介入的輔導，將精明一街推入另一個高峰。由經濟部商業司所推動的「商業造街計畫」中，選定了精明一街為示範性街廓，委託「財團法人中衛發展中心」介入輔導。中衛中心以「街道行銷」的手法，舉辦一連串街區活動，包括聖誕節、元宵節、街慶等節慶活動以及藝文活動等，對精明一街進行活動式的行銷。這樣的行銷手法，不僅使得精明一街聲名大噪，也為台中市創造了一個私人經營的都市公共開放空間，更形成一個有名的觀光景點。

**階段 4—維持競爭力階段(1997以後)：**雖然精明一街在公部門介入輔導後，達到了發展的高峰。然而街道本身的適法性一直是一個存古的問題，使得在環境的維護以及計畫執行上，無法得到公部門的補

助或支持。再加上類似徒步街案例興起的競爭，以及如同國外徒步街發展經驗一樣，因著徒步街發展成功所帶來的租金上漲的問題，也使得如何維持既有的優勢與競爭力，成為目前重要的課題。

### 3-3-2 影響精明一街發展的重要因素

精明一街雖然只有 132 公尺，它的成功卻成為私部門商業造街的典範。也提供給政府部門在促進都市經濟發展上，另一個思考的方向。它的成功可歸納為以下幾項重要因素：

#### 1. 都市生活型態(life-style)的改變

以往商業街道的形成，多為面臨一般車行道路的店面規劃。然而當時台中市都市生活型態的改變，使得人們越來越注重休閒式的消費模式。因而使房地產的開發也開始融入新的概念，規劃出強調結合休閒與消費的主題式商店街，利用主題規劃及整體設計的統一招牌與統一招商的方式來呈現。而具有悠閒的休閒特質的徒步街便成為主要考量。精明一街的產生，就在 1990 年台中市房地產業鼎盛以及新生活型態的需求下，應運而生，成為新都市生活型態展現的最佳場所。

#### 2. 民眾自發性參與的推動

精明一街發展的成功，主要的動力在於當地民眾有共識的參與推動，是一個私人團體的自發性活動。在創造共同利益的前提下，由部分商家與居民出來組織動員，也為著共同的目標，進行一連串的改善動作，是見效成功的經營一個徒步街，民眾的參與不可或缺。

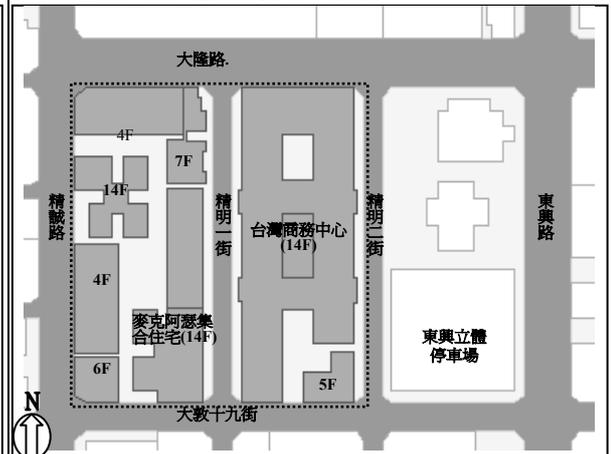
#### 3. 行銷管理策略的導入

在精明一街的發展過程中，公部門介入輔導，以行銷管理策略進行徒步街的宣傳、造勢，也是提高精明一街名氣以及促進街區商店復甦的有效手段。如同 Monheim 指出近年來德國徒步街發展所導入的城市行銷與管理概念一般，利用舉辦活動的現代行銷方式吸引人潮，另外輔導徒步街管理委員會的運作，使得徒步街的經營能夠深具競爭力。

表 5 精明一街發展時間軸

	1985	
	1988	中陽建設公司進行房地產整體規劃設計，規劃「主題式商店街」
階段1	1990	開發案完工，但統一招商失敗，商店進駐率不到半成
	1991	部分居民與商家開始發起自力造街運動
階段2	1992	組成自治式管理委員會，進行封街與全面禁車宣導，改善街道傢俱
	1994	創造「露天咖啡座」式的街道空間
階段3	1995	經濟部商業司選為示範街區，委由財團法人中衛發展中心輔導
	1996	中衛中心利用舉辦特殊文化、節慶活動進行街道行銷，獲得空前成功
階段4	1999	努力維持競爭優勢
	2000	

圖 11 精明一街(虛線範圍)平面圖



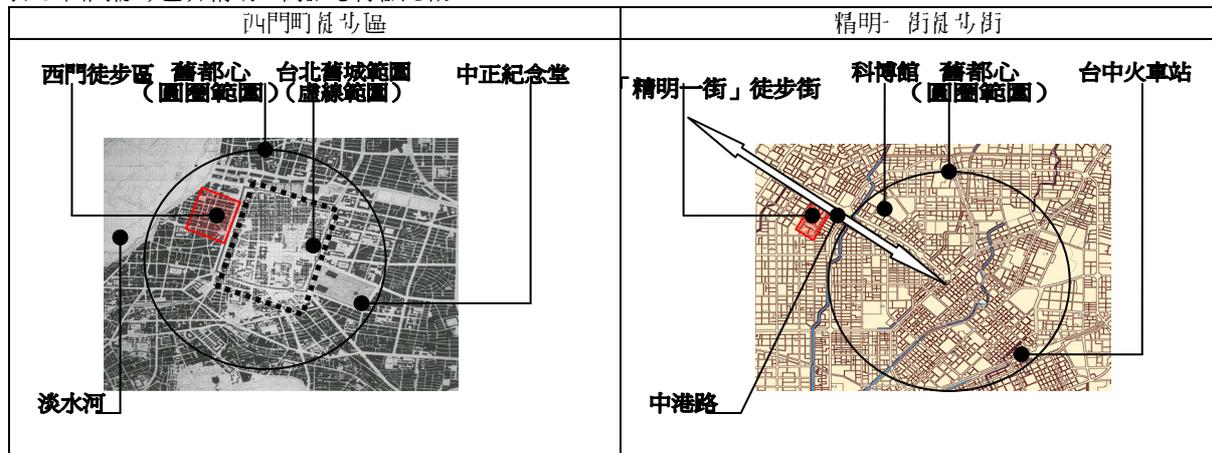
### 3-4 「西門徒步區」與「精明一街」差異性探討

檢視以上兩個分別由公私部門推動的徒步街案例，可說都是相當成功的典範。而如何從其成功的經驗，尋找出可供其他徒步街發展參考的資訊，以及在徒步街政策推動上，公部門與私部門案例，有何相似性與相異性。以下將利用比較法，針對幾個方面來探討：

#### 3-4-1 基地特性比較 (參表 6)

在國外徒步街的發展經驗中，基地位置的都市結構與社會特性，對徒步街的發展有很大的影響性。在都市結構上，區位與使用分區常是關鍵性要素。徒步街的劃設多選擇位於具歷史意義的舊市區中心商業區，以結合歷史古蹟等文化資源，形成一個徒步街網路，如德國大多數的徒步街開發；或是位於鄰近辦公、休閒娛樂及文化設施的商業中心，如美國較成功的徒步街案例（註 12）。西門徒步區具有前者的基地特性；精明一街比較引證的是，是到後來才發展成後者的基地特色。精明一街在使用分區上是屬於住宅區，在開發當時是屬於新開發市區的一部份，然而因當時房地產發展的快速，以及附近公共建設與百貨商店的人量進駐，使得都市快速發展，在短期內讓精明一街周邊形成一個有利徒步街發展的都市結構。

表 6 西門徒步區與精明一街基地特性比較



在基地的社會特性上，徒步街區附近的使用強度、人口密度與使用者來源也常是徒步街發展的重要關鍵。在使用強度上，自商混合的使用有很大的影響，在德國的發展案例中就出現居住人口外移，而使得徒步街發展受到影響的情形；而美國明顯的使用分區，使得許多徒步街經營需仰賴當地的上班人口，也使得徒步街的發展更為艱難，甚至失敗；台灣都市自商混合使用的普遍，使得徒步街發展極具潛力。而一個成功徒步街的使用者來源，常包括當地以及外來的使用者。西門徒步區所在的西門地區的使用強度高居台北市之冠，是屬於高密度發展與人口密集的区域，使用者來源除了周邊居民與台北市民外，也吸引了固定比例的外縣市人口；精明一街附近的人口密度，從開發 1990 至 1999 為止，成長了兩倍，目前也是屬於使用強度高的人口稠密區域。而使用者來源，同樣的也吸引了外地及外地的人口。

因此這兩個案例雖然基地特性的本質不同，卻同樣具有成功徒步街的條件。

### 3-4-2 參與團體比較（參表 7）

西門徒步區與精明一街在發展過程中，不同的階段都牽涉到不同公私團體的參與。從表 7 的整理比較中可看出兩者不同發展時期的參與團體，灰色的部分代表公部門，白色部分代表私人部門。從比較表中可清楚的瞭解，這兩個案例雖然一開始出自公私兩個不同部門的推動，但成功的關鍵，都來自於公私部門的充分合作。因此如何建立公共領域與私人領域(public and private sector)的合作關係，將是未來徒步街發展的重要議題。

### 3-4-3 發展概念比較（參表 8）

對於西門徒步區與精明一街兩者而言，一開始推動概念上即有很大的不同。由公私部門所提出來的案子，本來就有不同的發展目標及概念，公部門主要著重於公共利益以及都市整體發展的考量，而私人

開發則當然傾向於私人利益。然而，兩個徒步街在尋求成功發展的轉換過程中，到後來卻形成了某種一致性。兩者後來都以促進街區經濟發展以及提供一個結合商業、文化、社交等多元化機能的都市公共開放空間的形式呈現。這說明了徒步街的開發，不管出自公私領域的不同考量，都須配合現代都市生活型態的需求，提供大眾一個多元化的公共空間，以達到公眾的認同與支持，進而達到兼具公共與私人利益的目標。而由私人所規劃的徒步街，在某種意義上，也為台灣都市公共開放空間的不足，提供另類的公共化開放空間。

表 7 參與團體比較		表 8 發展概念比較	
西門徒步區	精明一街	西門徒步區	精明一街
<p>階段 3 &amp; 階段 4</p> <p>階段 2</p> <p>階段 1</p> <p>台北市政府</p> <p>商業團體</p> <p>居民組織</p> <p>中央政府部門</p> <p>政府委託行銷團體</p>	<p>階段 1</p> <p>房地產開發商</p> <p>階段 4</p> <p>階段 2</p> <p>階段 3</p> <p>房地產開發商</p> <p>商業團體</p> <p>居民組織</p> <p>中央政府部門</p> <p>政府委託行銷團體</p>	<p>階段 1</p> <p>* 老舊市區更新</p> <p>階段 2 &amp; 階段 3</p> <p>* 改善街區實質環境</p> <p>* 結合街區產業、文化、活動特性創造一具文化特色的徒步區</p> <p>* 改善街區商業發展</p> <p>階段 4</p> <p>* 創造一符合當代都市生活需求的多元化都市公共開放空間</p> <p>* 促進街區商業發展</p>	<p>階段 1</p> <p>* 提高房地產附加價值</p> <p>階段 2 &amp; 階段 3</p> <p>* 改善街區實質環境</p> <p>* 改善街區商業發展</p> <p>階段 4</p> <p>* 促進街區商業發展</p> <p>* 創造一符合當代都市生活需求的多元化都市公共開放空間</p>

### 3-4-4 推動策略比較 (參表 9)

徒步街設立所牽涉到的問題複雜，不僅牽涉到都市的交通、經濟、景觀等問題，有時還牽涉到環保與歷史建築保育的議題，因此推動策略的運用，極具重要性。在實行上，本研究將之分成兩個面向來探討，一個是制度面，另一個是實際操作面。在制度面上，民眾參與機制的建立是一大關鍵。西門徒步區與精明一街，由於分別由公私部門主導，雖然在實施上受到各公私部門團體關注的程度有極大的不同，然而兩者都透過街區管理委員會的成立，才能夠成功的推動。另外，公私合作模式的建立，也是關鍵。西門徒步街是由政府部門協調輔助民眾參與的案例，而精明一街則是由民眾自發性的組織動員，反過來受到政府部門的關注，而介入輔導的案例。因此，不管是公共政策或私人開發，公私部門的互相輔助有其必要性。

在實際操作面上，兩者也有些許相似性。為處理徒步街相關的交通、景觀以及經濟問題，與國外操作方式類似，兩者都運用交通措施（大眾運輸、停車場）的輔助，來增加徒步街的可及性；運用都市設計以及景觀設計手法，來創造街道特色、改善街道景觀；以及規劃多樣化的活動，吸引人潮，以促進徒步區的經濟活動。西門徒步區透過舉辦設計展、街區文化活動等來推展；精明一街開始則刻意透過知名建築師進行整體規劃設計，來作為房地產的賣點，後來加入街區活動的經營，打響徒步街的名號。

兩者在推動策略上的最大不同，是西門徒步區的推展，具法定地位，有徒步區特別法來支持與規範。因而由公部門主導的案例，因具備法令與公權力的保障，相關資源較為豐富；反之由私部門主導的案例，由於不具法定地位，實施起來困難度較高，在往後持續的發展上變數也較大。

### 3-4-5 經營策略比較 (參表 10)

對照德國徒步街的發展經驗，徒步街為維持其與其他商業空間的競爭力，在經營上有兩個主要面向的經營策略：管理與街道行銷策略。

管理策略包括時間管理、環境管理、活動管理三方面。以時間管理而言，徒步街的經營由於牽涉到服務性動線的問題，以及尖峰與離峰時間街區使用差異的考量，國內外徒步街都有搭配時間管制方式，來管制車輛進出徒步街區的時間，以彈性調整徒步街區的使用。西門徒步區由於規模較大（約 1km），上

表 9 推動策略比較			表 10 經營策略比較			
西門徒步區		精明一街	經營策略	西門徒步區	精明一街	
制度面	都市政策檢討 立法 民眾參與機制建立 公私合作模式建立	民眾參與機制建立 公私合作模式建立	管理策略	時間管理	部分時間行人徒步街	全時間行人徒步街
	實際操作面	捷運系統 停車設施 景觀設計 都市設計 歷史建築整修 舉辦多樣化活動 (文化、商業、娛樂活動)		環境管理	• 垃圾處理 • 噪音管理 • 硬體設施維護管理	
停車設施 景觀設計 都市設計 舉辦多樣化活動 (文化、商業、娛樂活動)		• 各類活動統籌與安排		活動管理		
				街道行銷策略	• 密集的商业、文化、娛樂活動的舉辦	

下貨及其他服務需求大，因此並非全時間的徒步街，僅在人潮尖峰階段限制車輛進入；而精明一街由於規模小（約 132m），有其他替代性的服務街道，因此是全時間性的徒步街。由此可知，徒步街的規模大小，也影響到徒步街的時間管制方式。在環境管理上，兩者都面臨徒步街發展，因密集的人潮所產生的垃圾處理、噪音管制以及環境維護的問題，因而良好的環境管理也影響其競爭力。兩者也都藉由管理委員會的整合以及商家的共識來進行環境管理。活動管理則透過管委會以及政府委託的法人團體來輔導，配合各種不同的節慶，推出一系列活動，有計畫的來刺激徒步街發展。

街道行銷策略的運用，是當前各國徒步街發展的重要策略，也同樣被應用在這兩個案例當中。如何增加徒步街的能見度，以與其他大型的購物中心、商業設施競爭，是重要的考量。因而特殊的文化、商業、娛樂活動的舉辦，往往可以達到街道行銷的目的。

### 3-4-6 實質環境特色商業類型比較

徒步街的成功，實質環境特色與所提供的商業類型的多元性，佔有很重要的影響性。在實質環境部分，探討內容包括徒步街類型、尺度、空間組織與空間元素。商業類型則根據其開店的種類，進行分類與比較。

西門徒步區是屬於「網路型」徒步街，共包含了三條街道的組合（參圖 10），總街道長度約為一公里，總道路面積共 14,272 平方公尺。街道寬度從 8 公尺到 12 公尺不等，建築物與街道寬度比約 1.1~1.5，是屬於人性化尺度的徒步街（參圖 12），提供行人一個優良的徒步環境。因為涵蓋範圍較廣，在設計上規劃了各個不同主題的街道段落與節點空間，空間元素多元，有節點廣場、戶外座椅區、逛街空間等，提供了包括娛樂、休閒、文化、節慶、逛街、社交等不同活動的場所，也使得街區的活動多樣化。在商業型態上，包含了服飾精品、餐飲、電影、百貨等多樣選擇（參表 11）。

精明一街則屬於「單一街道型」徒步街，總長度僅一個街廓、132 公尺長，道路面積約 2,112 平方公尺，約為西門的七分之一大小。街道寬度為 16 公尺，建築物與街道寬度比約為 2.6，在空間尺度上較不人性化，因而立面設計上，在二樓以突出的雨庇元素來降低空間的壓迫感（參圖 14）。整體空間組織單純，共分為三大區，沿建築物 4 公尺寬的範圍為逛街空間，街道中心靠近台灣商務中心辦公大樓處為景觀區，中央帶兩端則為戶外座椅區。平日只提供了逛街與休閒的空間，假日則為特殊節慶文化活動場所，商業型態也以單純的服飾精品與餐飲為主（參表 11）。

## 四、結論

從德國以及國內案例的比較中可發現，徒步街的發展具有以下幾項特色：

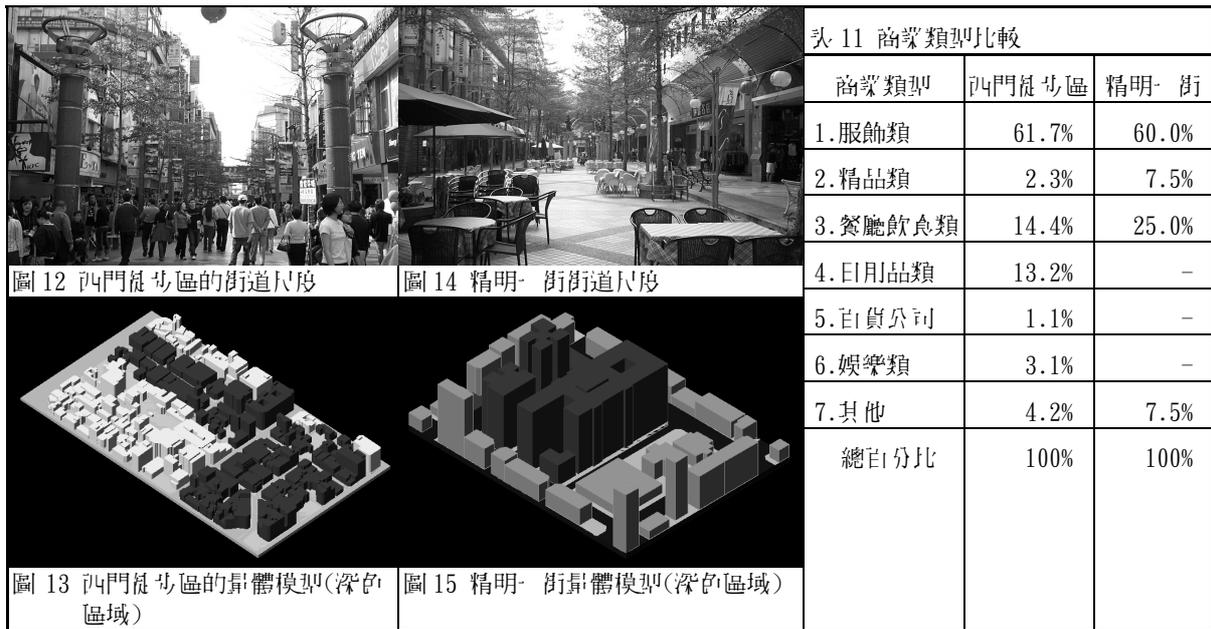


圖 12 西門徒步區的街道尺度



圖 14 精明一街街道尺度

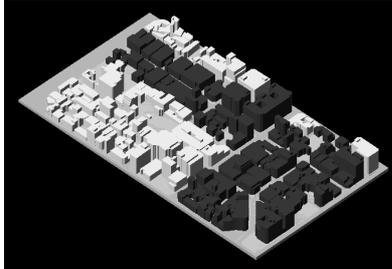


圖 13 西門徒步區的量體模型(深色區域)

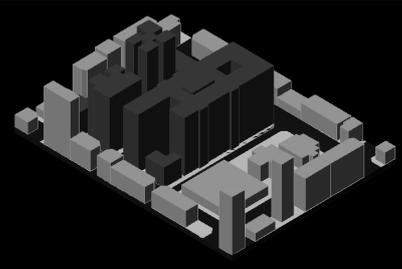


圖 15 精明一街量體模型(深色區域)

1. 發展概念隨時空背景轉變：不管從德國或是國內的發展經驗中，都可以看出徒步街的發展都是經過長時間努力的過程，而其發展概念也隨著不同的時空背景而調整，以符合當代生活與都市發展的需求。這突顯出行人徒步街發展的潛力，不僅不因時空變遷而被淘汰，反而極具彈性發展的空間。
2. 由街道轉換成另一種形式的都市公共開放空間：一般都市的公共開放空間，包括廣場、公園、街道等，傳統上是都市居民活動的場所，也各有其特殊機能。徒步街的發展，一開始僅為提供一步行的購物環境，然而都市生活型態的轉變，都市活動對都市公共開放空間多樣化的需求下，使得當代的行人徒步街漸漸多元化，不僅提供了購物的機能，還提供了社交、休閒、娛樂等功能。許多人到徒步街來，並不僅僅是為了消費，還包括了參加各項活動、從事社交行為等，這使得徒步街的角色從商業街道轉換成另一種形式的開放空間，一種介於街道(street)與廣場(square)之間的空間形式。這樣的空間轉換，在開放空間缺乏的台灣都市中，或許可以提供另類開放空間的可行性。
3. 街道行銷與管理策略的運用：Monheim 在探討德國徒步街經驗的篇章中，提出行銷與管理策略在當前徒步街發展中的重要性，利用大量的廣告以及舉辦頻繁的文化、娛樂活動來進行街道行銷，以及有效的進行環境與活動的管理等，都能促進徒步街的發展。這種將徒步街「商品化」，來進行行銷與管理的方式，也不可避免的出現在台灣本土的案例中，並成為重要的策略之一。
4. 公私部門合作模式的建立：在德國與台灣的案例探討中，都可發現公私部門合作模式的建立，將有助於都市的健全發展。早期國內徒步街公共與私人領域的參與團體，或許只限於直接相關的政府、商業、居民團體等。然而，在徒步街於都市中所扮演的角色越來越多元化的情況下，其他如環保、都市保育等團體的參與，也將使徒步街的發展邁向另一個更成熟的階段。

當代行人徒步街，從德國為解決交通問題而開始發展，而演變成都市計畫上的重要政策，進而影響到全球其他各地的都市發展。在進入二十一世紀的全球化都市競爭以及當代尋求環境永續發展的思維中，如何凸顯城市特色、提供當代多元化的都市生活需求，以及維持都市環境的永續發展，成為都市發展中的重要議題。面對這樣的趨勢，行人徒步街似乎頗能符合當代環境的需求，因而在各國的發展方興未艾，在台灣的發展也從近年來的「商業造街」運動中，愈見蓬勃發展。

## 註釋

1. 羅馬時期，即有配置於羅馬廣場旁的商店出現(Pevsner, 1976:257-272)。
2. Arcade 為具有頂蓋的商店街。然而在歐洲各國 arcade 形式的商店街有不同的稱呼，古法國稱之為 passage，德國稱為 passagen，義大利則稱為 gallerie (Pevsner, 1976:257-272)。
3. Bazaar 最早源自中東地區的有頂蓋商店街，19<sup>th</sup> 時古英國和莫斯科等地，也應用這樣的名稱稱呼其有頂蓋商店街(Pevsner, 1976:257-272)。
4. “pedestrian mall”是英文裏針對「商業性行人徒步街」的通稱，但古德文裏不同的層級卻有不同的名稱。根據 Hajdu 對德國徒步街的研究指出，古德國針對徒步區規模的大小區分為三個不同層級的徒步街：Fussganger Strasse, Fussgangerzone, Fussgangerbereich。Fussganger Strasse 指的只有單一條的徒步街 (pedestrian street)；Fussgangerzone 指的是結合數條徒步街道、廣場、公園等元素的網路型徒步街；Fussgangerbereich 的範圍則比 Fussgangerzone 更大。三種層級都有特定的時間內，提供服務性車輛，可以進入徒步街內卸貨或服務，而 Fussgangerbereich 由於範圍過大，並非全區禁止車輛進入，部分車輛可以進入的區域，以「限速」及「停車限制」措施來管制(Hajdu, 1988:334)。
5. The American Heritage Dictionary.
6. 荷蘭 Rotterdam 市中心最有名的徒步街「Lijnbaan」，即是以「都市核心」的概念來規劃的(Hass-Klau, 1990; Johnson-Marshall, 1966)。
7. 完全行人徒步街(Full Mall)，乃是將原有供車行街道封閉，成為完全的行人空間；半行人徒步街(Semi-Mall)，並不完全限制車輛進入，乃是以限制措施降低車流量及停車；大眾運輸型徒步街(Transit Mall)，乃是將私人汽車及服務車輛移出，並禁止路邊停車。只允許公車、計程車、捷運系統進入的徒步街形式(Rubenstein, 1992)。
8. Traffic calming 政策，最早於 1960s 及 1970s 早期，古荷蘭以“Woonerven”的名詞出現，而後被應用古歐洲其他的國家。德國對 traffic calming 運用得非常成功，一開始只用於住宅區，而後擴大到整個城市(Hass-Klau, 1990:3-5)。
9. 1985 年著手進行的「西門徒步街區規劃案」，這份規劃案內容主要包含：「徒步區空間計畫」、「徒步區交通計畫」、「西門徒步街區都市設計管制要點」、以及建議「西門徒步街區管理委員會」的成立(林景傑, 1999:53)。
10. 1985 年 6 月舉行為期九天的「西門徒步街區設計展」，由市政府主導邀請三所大學建築系師生及藝術表演團體於規劃的徒步街區範圍內進行動態與靜態的展示。實地模擬了管制車輛進出以及一個完全屬於行人的徒步街空間使用。模擬過程涵蓋了平時及假日的使用，以評估及觀察不同時段的使用狀態。
11. 台中市中期重劃區(大墩市地重劃區)於 1983~1985 年間完成市地重劃工程(台中市市地重劃簡介, 1994)。
12. Houstoun 指出美國徒步街成功的要素，古於基地附近能與文化、休閒、會議、娛樂等設施互相串連(Houstoun, 1990)。

## 參考文獻

1. 王 佩祺，2000，“台北西門徒步空間改造及網絡整合”，〈國立台灣大學園藝學研究所碩士論文〉，國立台灣大學，台北。
2. 台中市政府，1994，“台中市市地重劃簡介”。
3. 朱南玉，1995，“不動產仲介公司店址區位選擇之研究—以台中市為例”，〈逢甲大學土地管理研究所碩士論文〉，逢甲大學，台中。
4. 林欽榮，1986，“都市設計古台灣”，創興出版社。
5. 林欽榮，孫可立，1986，“台北市西門徒步區都市設計”，〈造園學報〉，第一卷，第三期，pp.48-54，中華民國造園學會，台北。
6. 林景傑，1999，“重建新西門—一條漫長的徒步區經營之路”，〈台灣建築雜誌〉，No.48，9月號。
7. 吳文娟，1990，“消費型態與區位商業活動關係之研究”，〈台灣大學建築與城鄉研究所碩士論文〉，台灣大學，台北。
8. 財團法人中衛發展中心，1997，“台中市精明商圈商店街發展與展望”。
9. 經濟部商業司，1998，“全國商店街開發推動計畫—商店街發展趨勢研討會”，台北市政府。
10. 經濟部商業司，1997，“台中市精明一街商業徒步區發展歷程與活動特性研究”，台北市政府。
11. 逢甲大學建築及都市計畫研究所，1994，“台灣商務中心商店街活動與使用行為之研究”，〈逢甲大學建築及都市計畫研究所研究報告〉，逢甲大學，台中。
12. 張文峰，2000，“以使用行為的觀點探討都市公共空間—以台北市「西門行人徒步區」為例》，〈中華大學建築與都市計畫研究所碩士論文〉，中華大學，新竹。
13. 陳婷婷，2001，“街道物件促進商業空間溝通活化之研究—以台北市西門町行人徒步區空間為例”，〈東海大學工業設計研究所碩士論文〉，東海大學，台中。
14. 陳明全，1991，“街區組織”，藝術家出版社，台北。
15. 蔡冠甫，2000，“一個商業造街的形塑與蛻變—由「日神化」的角度看台中市精明一街”，〈東海大學建築研究所碩士論文〉，東海大學，台中。
16. 賴志彰，1997，“投機城市的興起—戰後台中市都市空間轉化之研究”，〈國立台灣大學建築與城鄉研究所博士論文〉，國立台灣大學，台北。
17. Anderson, Stanford, eds., 1991, “On Streets”, Cambridge, MA: The MIT Press.
18. Brambilla, R., and G. Longo, 1977, “For Pedestrian Only”, New York: Whitney Library of Design.
19. Deutscher Industrie-und Handelstag(DIHT), 1979, Einkaufs-Magnet Fussgängerzone, Bonn: DIHT.
20. Gehl, J., 1987, “Life Between Buildings: Using Public Spaces”, New York: Van Nostrand Reinhold.
21. Hajdu, J.G., 1988, “Pedestrian Malls in West Germany: Perceptions of their Role and Stages in their Development”, *Journal of the American Planning Association*, Summer.
22. Hass-Klau, Carmen, 1990, “The Pedestrian and City Traffic”, London: Belhaven Press.
23. Hirschman, Robert A., 1989, “Downtown Pedestrian Shopping Mall, Planning and Development Department”, City of Eugene, Oregon, September.
24. Houston, Lawrence O., 1990, “From Street to Mall and Back Again, Planning”, June.
25. Johnson-Marshall, Percy, 1966, “Rebuilding Cities”, Chicago: Aldine publishing company.
26. Knack, Ruth E., 1984, “Pedestrian Mall: Twenty Years Later”, *Economic Development Commentary*, Summer.
27. Martin, Roger, 1969, “Exciting Start with Nicollet Mall”, *Landscape Architecture*, July.
28. Monheim, R., 1986, “Pedestrianization in German Towns: A Process of Continual Development”, *Built Environment*, 12,1-2, pp.30-43.

29. Monheim, R., 2001, "The Role of Pedestrian Precincts in the Evolution of German City Centers from Shopping to Urban Entertainment Centers", *Walking 21<sup>st</sup> Century--conference paper in Australia*, Western Australia.
30. Nelson, Carl, 1973, "How Main St., Evansville, Came Alive", *The American City*, November.
31. Penvensner, Nikolaus, 1976, "A History of Building Types", London: Thames and Hudson Ltd.
32. Pharoah, Tim, 1993, "Traffic Calming in West Europe", *Planning Practice & Research*, January, Vol. 8, Issue 1, pp.20-28.
33. Pressman, Newman E.P., 1981, "Priorities for Planning Livable Cities", *Contact*, 13, 2-3: 1-9.
34. Redstone, Louis G., 1976, "The New Downtowns: Rebuilding Business Districts", New York: McGraw-Hill Book Company.
35. Robertson, K.A., 1990, "The Status of the Pedestrian Mall in American Downtowns", *Urban Affairs Quarterly*, 26:250-273.
36. Robertson, K. A., 1993, "Pedestrianization Strategies for Downtown Planners: Skywalks Versus Pedestrian Malls", *APA Journal*, summer.
37. Rotoff, Basil M., 1981, "A Critical View of Pedestrian Malls in North America", *Contact*, 13, 2-3: 35-43.
38. Rouse, James, 1984, "Festival Market Places: Bringing New Life to the Center City", *Economic Development Commentary*, Summer.
39. Rubenstein, Harvey M., 1992, "Pedestrian Malls, Streetscapes, and Urban Spaces", Canada: John Wiley and Sons Inc.
40. Rudofsky, B., 1969, "Streets for People", New York: Doubleday.
41. Rykwert, Joseph, 1991, "The Street: The Use of its History", *On Streets*, Cambridge, MA : The MIT Press.
42. Spreiregan, Paul D., 1965, "The Architecture of Towns and Cities", New York: McGraw-Hill Book Company.
43. Weisbrod, Glen, and Henry O. Pollakowski, 1984, "Effects of Downtown Improvement Project on Retail Activity", *Journal of the American Planning association*, Spring.
44. Winslow, Joan, 1974, "Semimall Brings Shoppers Back to Town", *The American City*, February.
45. Wolfe, M. R., 1962, "Shopping Streets and the Pedestrian Rediscovered", *Journal of the American Institute of Architects*, 37:33-42.



---

# An Experimental Study on Pedestrian Mall— From the Development of German Experience to the Current Practices in Taiwan

Hsing-Chen Cheng\*<sup>1</sup>    Chih-Ming Shih\*\*

\* Department of Architecture, Nanya Institute of Technology  
e-mail:hsing@nanya.edu.tw

\*\* Graduate School of Architecture, National Taiwan University of Science and Technology  
e-mail:scm@mail.ntust.edu.tw

(Date Received : July 9, 2004 ; Date Accepted : May 15, 2006)

## Abstract

The development of pedestrian mall was first initiated in Germany in 1920s. Since then, the German experience on the creation of pedestrian malls has gradually matured and has significant impact on other countries. The path of German pedestrian mall development has been changing over the years. It was first introduced as a strategy to solve traffic problems and has now become an important tactic in urban planning, design and renewal.

In Taiwan, the development of pedestrian mall since 1980s has unfolded along two different tracks: one driven by government policies aimed at revitalizing a declined city center; and the other initiated by private groups in the hope of raising real estate prices. Although the impetus for these two paths of development originated from different sectors, they have much in common.

This paper aims to trace the development of pedestrian mall in both Germany and Taiwan, and to explore the strategies for achieving success and sustainability in pedestrian mall development.

Keywords: Pedestrian mall, Citizen participation, Street marketing, Urban planning, Urban renewal, Diversification

---

<sup>1</sup> Graduate School of Architecture, National Taiwan University of Science and Technology

