

東海大學工業設計研究所

碩士論文

探討台中草悟道之魅力

Exploring the Charms of Taichung Calligraphy Greenway

研 究 生：白環禎

指導教授：陳明石

中華民國 103 年 7 月

摘要

休閒活動在忙碌緊湊的都市生活中扮演重要的角色，而都市綠帶，具備近距離享受綠意盎然的空間氛圍之功能。同時此類綠帶設計亦兼具都市特有魅力之呈現。本研究探討步行空間中人、物與環境的關係，並提出都市綠帶中區域特色的建立，以塑造藝術、文化氣質與城市魅力的都會特色空間。

臺中以完善的公共建設及深度文化，創造都會綠化再生的城市舞臺；在全球提倡環保之際，大臺中已建築 18 條綠園道；因此本研究選擇其中長達 3.6 公里，從國立科學博物館到國立美術館之間最精華的部分－草悟道為研究場域。草悟道計畫於 101 年 3 月 7 日重新整頓開放啟用，為全台灣最長的城市綠帶。草悟道係以充滿律動與韻律之綠園道為步行空間，沿路串聯起台中多項特色景點，包含國立自然科學博物館、市民廣場、勤美誠品綠園道、藝文空間、國立台灣美術館、美食街等活動結點，尤其晚上和假日常會定點舉辦各式表演、藝文活動，因此吸引許多居民與絡繹不絕的遊客到此放鬆心情、一探究竟。

本研究針對此範圍內從事遊憩的遊客其休閒的屬性及其行為進行研究，並紀錄此範圍內的綠景、設置物及鋪面設計。透過深度訪談法與遊客進行深入的訪談，以瞭解遊客對於都市綠帶的需求與期待，確認出獨具特色的魅力因子。而先前研究常將研究場域與遊客的魅力知覺視為一種線性關係，甚至對魅力知覺屬性進行深入探討，本研究旨在透過 Kano 品質模式之「雙向問卷」、「決策矩陣」方法檢視遊客對研究場域不同魅力知覺屬性的需求，研究成果預期可以提供市府相關單位作為日後草悟道後續規劃與設計之建議與方向。

關鍵字：草悟道、都市綠帶、步行空間、魅力

Abstract

The Calligraphy Greenway in Taichung was re-opened in 2012, and is the longest metropolitan green belt in Taiwan. The walking space of the Calligraphy Greenway is a greenway filled with rhythm and cadence. There are many featured scenic spots in Taichung along the greenway, including the National Museum of Natural Science, Civic Square, Park Lane by CMP, Artistic Space, the National Taiwan Museum of Fine Arts, Food Street, etc. In particular, various performances and artistic activities are held in fixed location in the evenings and on holidays. Therefore, many residents and tourists are attracted to visit these locations.

This study investigates the leisure properties and behaviors of tourists engaging in leisure activities within this scope, and recorded the green scenes, settings, and pavement designs within this scope. In-depth interviews are conducted with tourists in order to understand their needs and expectations regarding the metropolitan green belt, and identify unique factors affecting its charm. Past studies regarded the relationship between the study site and tourists' charm perceptions as a linear relationship, and seldom probed into the properties of charm perception. This study aims to use the "two-way questionnaire" and "decision-making matrix" of Kano's quality model to examine tourists' needs for different charm perception properties of the study site. It is hoped that the research results can be provided for the City Government as suggestions and directions for the subsequent planning and design of the Calligraphy Greenway in the future.

Key words : Calligraphy Greenway , Green Belt , pedestrian street , Charm

謝 誌

感謝陳明石老師在研究所這三年日子裡的諄諄教誨、循循善誘，總是在我迷途之際點亮明燈，領我向前；總是在我們研究生活水深火熱之際，帶我們走向戶外，除了在學術方面的專業帶領外，這些年跟在他身邊更見識到他無私的一面，使我深信不論是在校學習專業或是人生態度上，他皆為值得學習的師長。

產品環境研究室在陳老師的帶領下，我們的 meeting 時而熱血沸騰討論熱烈、時而開懷大笑。研究室裡的小邱、魚狗、小花、小俊、伯鴻、強尼學長們在成熟男人的外表下，有顆像小孩般柔軟的心，除了逗弄學弟妹，他們彼此也時常上演逗趣的戲碼娛樂大家。另外溫柔美麗的學姊巧玲、貝綺則代表了保護學弟妹及主持正義的一方，而同學鍾興更能在關鍵時刻把大家逗得捧腹大笑。在這樣溫馨熱鬧的氣氛下，我們有更大的力量及默契，完成國科會、業界廠商、政府單位及全國比賽等的佳績。

在論文後半段的撰寫過程中，感謝山林書院的夥伴智豪、慧娟及志工夥伴們大力的支持與鼓勵，有你們暖暖的陪伴，讓這條研究之路不孤獨。也感謝台灣這片母土在這個時刻讓我看見了你的美麗與哀愁，也了解在完成論文的這一刻，只是一個小小的逗號，而後，還有更大的挑戰及努力的方向。

最後論文的完成除了感謝陳明石教授的指導、學長姐及同學的協助、學弟妹小雨傘、昱儒、宣宣的幫忙外，更感謝口試委員李俐慧老師、老師的建議，才能讓我的論文更加完整。最後感謝我可愛的家人及親密的朋友們，只有你們看得見這段日子以來的忙碌及難熬，研究的歲月裡終究繁複且辛苦，感謝你們一路相伴、一路支持與諒解，有你們真好，我愛你們。

感謝天、地！

2014 夏

目 錄

摘要.....	I
Abstract.....	II
謝誌.....	III
目錄.....	IV
圖目錄.....	VII
表目錄.....	X
第一章 緒論	
1-1 研究背景與動機.....	1
1-2 研究目的.....	2
1-3 研究範圍界定.....	3
1-3-1 研究區域選定.....	3
1-3-2 研究時程效益.....	4
1-4 研究流程與架構.....	5
◎引用文獻.....	6
第二章 相關文獻探討	
2-1 城市行銷.....	7
2-1-1 行銷目的與 4P.....	7
2-1-2 城市行銷的內涵.....	8
2-2 綠園道及步行空間相關研究.....	10
2-2-1 綠園道規劃與設計原則.....	10
2-2-2 步行空間規劃與設計原則.....	12
2-3 魅力因子相關研究.....	14
2-3-1 人的活動與行為.....	15
2-3-2 環境意象.....	25
2-3-3 遊客與設置物的關係.....	30
2-4 文獻小結.....	34

◎參考文獻.....	35
第三章 研究設計與方法	
3-1 調查流程與步驟	39
3-2 環境實地調查	40
3-3 遊客訪談調查	41
3-3-1 調查目的與方法.....	41
3-3-2 口語協定分析法編碼系統建立與過程.....	42
3-4 遊客問卷調查	48
3-4-1 調查目的與方法.....	48
3-4-2 問卷設計與內容.....	50
◎引用文獻.....	55
第四章 遊客使用意識調查	
4-1 環境實地調查	57
4-1-1 草悟道的形成與發展.....	57
4-1-2 周邊景點及商家型態.....	59
4-1-3 設置物.....	62
4-1-4 遊客行為	69
4-2 遊客訪談調查	74
4-2-1 訪談對象選定.....	74
4-2-2 訪談結果與分析	75
4-3 遊客使用意識小結	80
◎引用文獻.....	81

第五章 問卷整理分析

5-1 樣本特徵調查	83
5-1-1 受訪者基本資料.....	83
5-1-2 受訪者經驗與偏好.....	86
5-2 Kano 雙向問卷分析.....	91
5-2-1.問卷信效度分析.....	91
5-2-2 項目屬性分類.....	93
5-3 綜合因素評價分析	96
5-3-1 重要程度評價.....	96
5-3-2 魅力與減分因素.....	97
5-4 設置物使用評價	100
5-4-1 重要程度評價.....	100
5-4-2 滿意程度評價.....	101
5-4-3 設置物小結.....	102
5-5 問卷調查小結	103

第六章 結論與建議

6-1 綜合討論	107
6-1-1 魅力品質.....	106
6-1-2 一元品質.....	109
6-2 改善建議	110
6-3 後續研究發展	111

附錄

附錄 1 遊客訪談題目.....	115
附錄 2 遊客訪談斷句編碼表.....	116
附錄 3 遊客問卷題項.....	138
附錄 4 遊客設置物問卷題項.....	142

圖目錄

圖 1-1	民國 91-100 年國人國內旅遊總旅次變化.....	1
圖 1-2	台中草悟道區域範圍及周邊景點圖.....	3
圖 1-3	本研究主要研究區域：草悟道北起台灣大道南至公益路.....	4
圖 1-4	研究流程與架構.....	5
圖 2-1	城市行銷鑽石體系.....	10
圖 2-2	草悟道魅力因子相關研究關係圖.....	15
圖 2-3	草悟道上的攤販與人群.....	16
圖 2-4	廣場上聚集的人群.....	18
圖 2-5	廣場上聚集的人群.....	18
圖 2-6	圍觀藝術表演的群眾.....	19
圖 2-7	觀賞街頭藝人的群眾.....	19
圖 2-8	步行區旁巷弄內的商店街.....	20
圖 2-9	附近居民使用空間的狀況.....	21
圖 2-10	遊客使用空間的狀況.....	21
圖 2-11	遛貓的人們.....	23
圖 2-12	遛狗的人.....	23
圖 2-13	逗留在十字路口的人們.....	23
圖 2-14	受攤販吸引而逗留在人們.....	23
圖 2-15	觀察環境的人們.....	24
圖 2-16	觀察他人活動的人們.....	24
圖 2-17	步行移動於街區中的人們.....	25
圖 2-18	廣場上熱鬧的氛圍.....	27
圖 2-19	為夜裡妝點的藝術裝置.....	29
圖 2-20	為夜裡妝點的路燈.....	29
圖 2-21	在石階上休憩的人們.....	31
圖 2-22	在階梯上席地而坐的人們.....	31
圖 2-23	長椅上觀察行人的長者.....	32
圖 3-1	調查流程圖.....	39
圖 3-2	口語協定分析法分析過程.....	42
圖 3-3	Kano 品質模式－品質績效與滿意度之關係.....	49
圖 3-4	單複選題計算方式.....	51
圖 3-5	Kano 品質屬性之問卷設計.....	52
圖 4-1	街頭藝人表演摺氣球.....	59
圖 4-2	街頭藝人表演.....	59

圖 4-3	街頭藝人表演	60
圖 4-4	販售氣球的流動攤販	60
圖 4-5	販售藝品的流動攤販	60
圖 4-6	販售小吃的流動攤販	60
圖 4-7	草悟道商家型態分布圖	61
圖 4-8	勤美誠品 1F 草悟道旁餐廳	62
圖 4-9	勤美誠品	62
圖 4-10	勤美術館	62
圖 4-11	范特喜微型創意店	62
圖 4-12	長椅底部線狀照明	63
圖 4-13	直立式路燈	63
圖 4-14	地嵌式球形照明	64
圖 4-15	情境燈	64
圖 4-16	休憩設施－吧檯式	64
圖 4-17	休憩設施－長椅式	64
圖 4-18	地嵌式地名資訊圖	65
圖 4-19	互動導覽旅遊資訊版	65
圖 4-20	直立式導覽地圖	65
圖 4-21	草悟道上的綠化植栽	66
圖 4-22	草悟道上的綠化植栽	66
圖 4-23	草悟道鋪面	67
圖 4-24	草悟道鋪面	67
圖 4-25	公共藝術	67
圖 4-26	允執厥中字牌	67
圖 4-27	水的幕簾	68
圖 4-28	水的幕簾	68
圖 4-29	腳踏車停車架	69
圖 4-30	收費停車格	69
圖 4-31	草悟道上的垃圾桶	69
圖 4-32	遊客欣賞街頭藝人的表演	70
圖 4-33	遊客欣賞街頭藝人的表演	70
圖 4-34	草悟道旁的誠品	71
圖 4-35	市民廣場的遊客	71
圖 4-36	爵士音樂節	71
圖 4-37	創意藝術市集	71
圖 4-38	親子散步	72
圖 4-39	遊客於草悟道上漫步	72

圖 4-40 騎腳踏車、慢跑.....	72
圖 4-41 競技單車.....	72
圖 4-42 午後坐在草悟道階梯上休憩.....	73
圖 4-43 閱讀、聊天.....	73
圖 4-44 遊客坐在草地上休憩.....	73
圖 4-45 遊客於吧檯型長椅觀察人群.....	73
圖 4-46 遊客於草悟道上遛狗.....	73
圖 4-47 飼主讓狗兒們自由在草悟道上嬉耍、奔跑.....	73
圖 5-1 遊客性別比例.....	83
圖 5-2 遊客年齡.....	84
圖 5-3 遊客工作型態.....	84
圖 5-4 遊客居住地.....	85
圖 5-5 遊客造訪時段.....	86
圖 5-6 遊客交通方式.....	86
圖 5-7 遊客停車位置.....	87
圖 5-8 遊客停留時間比例.....	87
圖 5-9 遊客同行人數.....	87
圖 5-10 遊客造訪次數比例.....	88
圖 5-1 遊客造訪目的.....	89
圖 5-12 遊客再訪意願.....	89
圖 5-13 問卷調查前五大魅力因素.....	97
圖 5-14 問卷調查前五大減分因素.....	99

表目錄

表 2-1	行銷組合分類、要素及可能決策與行動.....	7
表 3-1	斷句編號整理表.....	43
表 3-2	草悟道遊客訪談之編碼系統.....	44
表 3-3	遊客口語資料分析編碼過程表.....	47
表 3-4	Kano 品質模式與滿意度之關係.....	50
表 3-5	李克特量表之五點量表.....	52
表 3-6	品質屬性判定的決策矩陣 (五乘五).....	53
表 4-1	遊客訪談案例基本資料.....	74
表 4-2	遊客訪談編碼總斷句數比較.....	75
表 4-3	遊客訪談編碼系統.....	79
表 5-1	受訪者基本資料.....	85
表 5-2	受訪者經驗與偏好.....	90
表 5-3	可信度高低與 Cronbach' s α 係數之對照表.....	91
表 5-4	問卷信效度分析.....	92
表 5-5	屬性分類的決策矩陣.....	93
表 5-6	Kano 問項屬性分類.....	94
表 5-7	構成因子之重要性排序.....	96
表 5-8	魅力因素排序統計表.....	98
表 5-9	減分因素排序統計表.....	100
表 5-10	步行空間構成因素之重要程度.....	101
表 5-11	步行空間構成因素之滿意程度.....	101
表 5-12	Kano 魅力品質與重要度交叉分析.....	103
表 6-1	魅力品質與構面之統整表.....	108
表 6-2	一元品質與構面之統整表.....	109
表 6-3	活動具體建議.....	110
表 6-4	周邊景點具體建議.....	111
表 6-5	環境意象具體建議.....	112
表 6-6	造景及設置物具體建議.....	112
表 6-7	交通方面具體建議.....	113

第一章 緒論

1-1 研究背景與動機

1-2 研究目的

1-3 研究範圍界定

1-3-1 研究區域選定

1-3-2 研究時程效益

1-4 研究流程與架構

◎引用文獻



第一章 緒論

1-1 研究背景與動機

觀光事業的發展沒有極限，其成功要件在於不斷的創新、求變。台灣的觀光產業在二十一世紀開始，因政府的高度重視而有了突破性的轉變，將以「掌握優勢」、「提高價值」、「創造品味」為前提，用宏觀的角度來訂定策略，展現台灣豐沛的觀光魅力，行銷全球（中華民國交通部觀光局，2002）。另外從近十年國人旅遊變化（圖 1-1）來看，可見國人對休閒活動愈來愈重視，對於觀光的品質及吸引力的要求將相對提升。然而在此背景之下，卻因全球化的影響，造成許多觀光地區為迎合大眾消費口味而趨於一致，使觀光魅力不易具有獨特性。因此如何打造城市魅力將是市府單位規畫的重點。

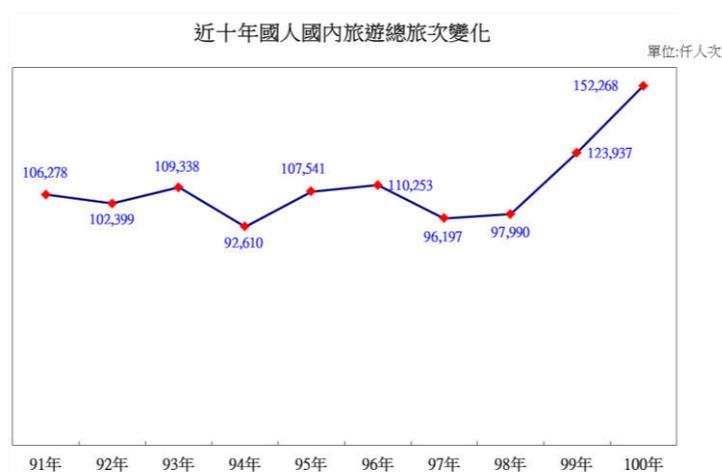


圖 1-1 民國 91-100 年國人國內旅遊總旅次變化(交通部觀光局觀光統計年表)

台中市草悟道於 102 年 3 月以都市中具有自然、藝文的都市空間之姿開放啟用。園道沿途有著筆直濃密的樹蔭提供遊客休憩，並具有能夠聚集人潮的大型草皮廣場之條件。沿途串聯自然科學博物館、勤美術館、勤美誠品、市民廣場、美術館等周邊景點。不僅是台中市市民周末假日、午後及夜晚的最佳休憩地點，更於「2013 年

全球國際宜居城市大賽」中以關懷人文設計榮獲自然類首獎，堪稱是具有競爭力的國際型觀光魅力據點。

然而除了提升區域的魅力外，營造出友善迷人的步行空間也是觀光客願意不斷前來的基本要素。因此將針對遊客對於研究場域中，不同品質的知覺屬性需求進行研究，期待對於台中草悟道的城市行銷，能夠提出更具魅力及競爭力的發展建議及方向。

1-2 研究目的

台中市政府定義「草悟道」為藝文行草綠園道，將綠園道打造出具有都會特色的綠色空間，期待遊客能感受到台中文化的深度與質感，並流連於擁有藝術氛圍的都市綠帶。然而遊客在體驗政府單位與設計團隊共同規劃出的草悟道中，是否能夠感受到執行方所期待呈現出的核心價值，將是後續發展的重要參考依據。

因此本研究目的在於了解草悟道吸引遊客前來的魅力因子，並評估不同魅力屬性對於滿意度的影響程度，辨識出其重要性的排序，提供市府單位對於草悟道後續規劃重點與城市行銷的方向與建議。

綜合以上資料，本研究的目的分為四點，說明如下：

- (1) 分析草悟道現況與資源。
- (2) 瞭解目前遊客對於草悟道滿意度及空間需求。
- (3) 提出草悟道魅力因子及針對重要性進行排序以了解吸引人潮因素。
- (4) 針對草悟道的未來發展提出建議，期盼能促進台中市城市行銷的發展方向。

1-3 研究範圍界定

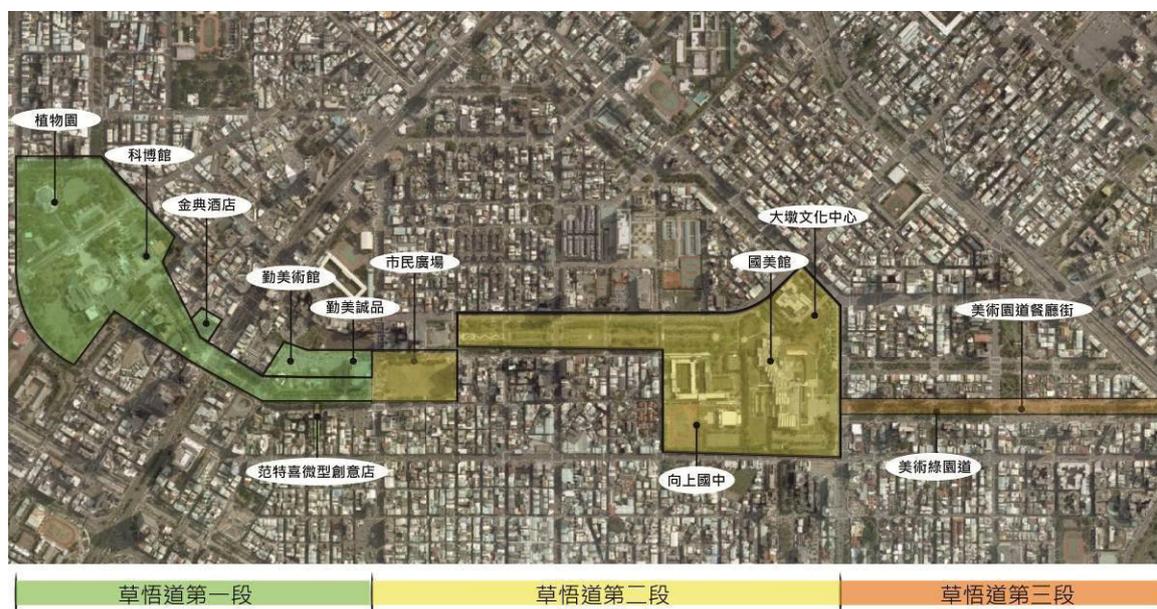


圖 1-2 台中草悟道區域範圍及周邊景點圖(本研究繪製)。

1-3-1 研究場域選定

草悟道位於台中市西區，由國立自然科學博物館起頭，一路經市民廣場，銜接至美術園道，至柳川為底的一條綠色步行景觀園道，全長 3.6 公里。沿途串起金典酒店、勤美術館、勤美誠品、范特喜微型創意店、國立美術館、大墩文化中心、美術館餐廳街等周邊景點。

綠園道帶狀的都市空間架構，時而緊湊、時而靜謐的活動強度、氛圍與空間尺度，有濃有淡、有密有疏，如同書法裡「行草」般自然流暢的氣韻。希冀將綠·園·道打造出都會特色空間。因設計上「行草悟道」的概念，另有「草悟道」的別稱，英文名稱則定名為「Calligraphy Greenway」。(台中市政府觀光旅遊局，2012)

本研究將以「綠園道 - 都會綠帶再生」計畫中的主要工程路段（第一段後段）北起：台灣大道（原中港路）至公益路為主要研究區域（圖 1-3）。因該路段進行全面性環境改造，增加亮點設計新增燈具及指標系統，是草悟道的規劃重點路段，亦

成為現今街頭藝人、攤販及展覽的重要據點。



圖 1-3：本研究主要研究區域：草悟道北起台灣大道南至公益路(本研究繪製)。

1-3-2 研究時程效益

本研究總實驗調查時程，始自民國 101 年 9 月至 102 年 12 月，期間草悟道剛從前身—綠園道重新規劃設計完成。周邊有部分景點正進行整修建設（包括勤美術館、周邊停車場等），園道上的樹由於新移植，尚未形成大片林蔭；此類須隨時間累積增加之魅力因素，將對部分因子強度造成準確度的影響，因此本研究盡可能屏除各項時程差異因子，以確保研究客觀性。

1-4 研究流程與架構

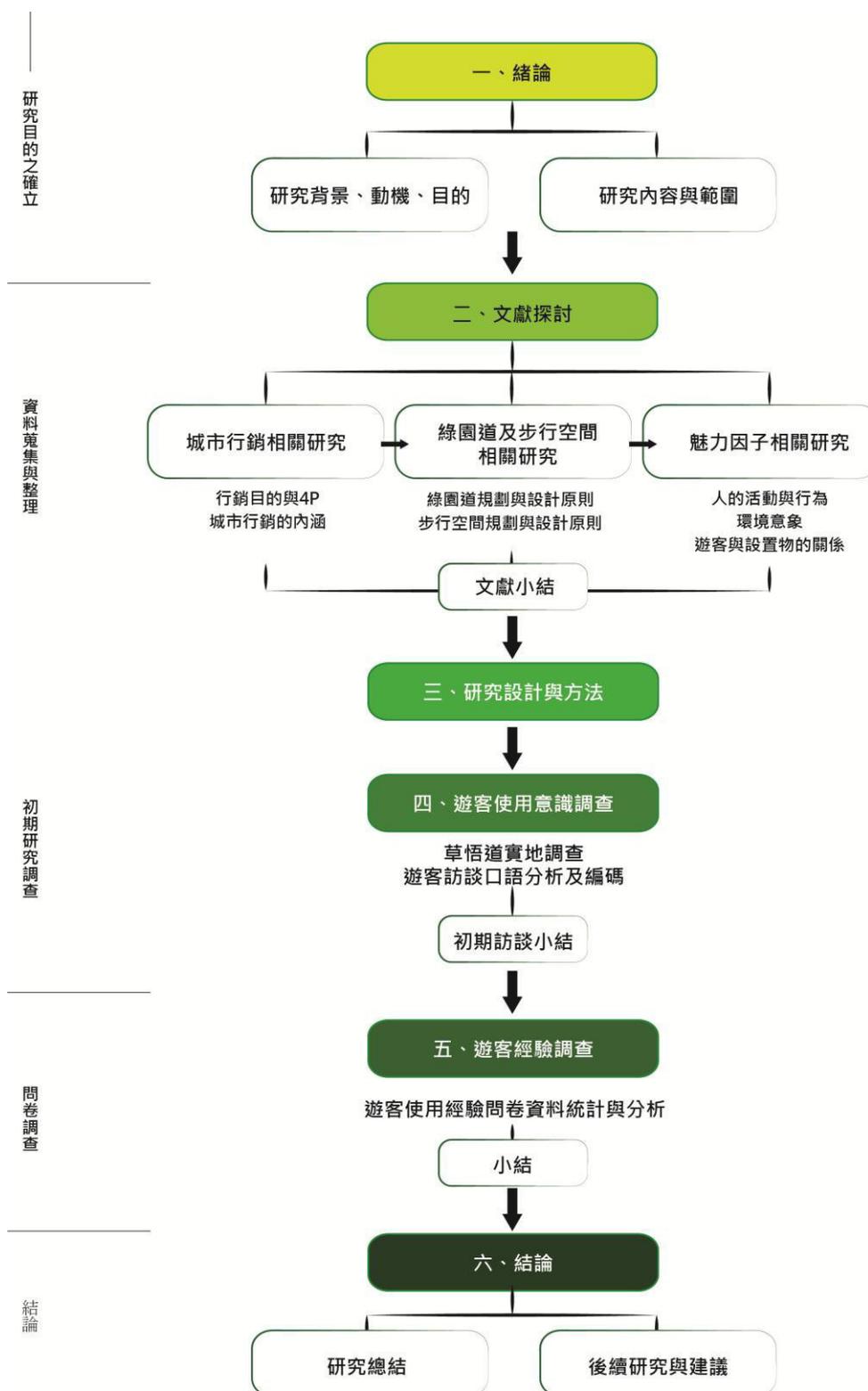


圖 1-4：研究流程與架構

◎引用文獻：

1. 中華民國交通部觀光局，2002，交通政策白皮書：觀光。
2. 台中市政府觀光旅遊局－草悟道宣傳專頁
<http://www.tccalligraphy-greenway.com.tw/02event/01news-01.html> 。

第二章 相關文獻探討

2-1 城市行銷

2-1-1 行銷目的與 4P

2-1-2 城市行銷的內涵

2-2 綠園道及步行空間相關研究

2-2-1 綠園道規劃與設計原則

2-2-2 步行空間規劃與設計原則

2-3 魅力因子相關研究

2-3-1 人的活動與行為

2-3-2 環境意象

2-3-3 遊客與設置物的關係

2-4 文獻小結

◎引用文獻



第二章 相關文獻探討

在本章節中將針對與研究主題相關之文獻進行收集與討論。依據內容屬性可分別為(1)城市行銷 (2)綠園道及步行空間相關研究 (3)魅力因子相關研究等面向進行探討，以作為本研究中的理論基礎及調查時的參考依據。

2-1 城市行銷

2-1-1 行銷目的與 4P

行銷學大師Kotler (1990) 定義「行銷」乃是個人與群體經由創造或交換產品與價值，滿足其需求與慾望的過程。AMA美國行銷協會 (2004) 提出行銷是為了創造、傳達、分配價值給顧客的一項組織功能與一系列過程，並且是使組織和其利害關係人皆能獲利的顧客關係管理過程。Drucker (1973) 說明行銷的目的在使銷售成為多餘，亦即行銷是在於真正瞭解顧客，且所提供的產品或服務，能完全符合其需要，產品本身就可達成銷售之功能。

1965年Borden提出行銷組合 (Marketing Mix) 的概念，將行銷分為四個部分，即產品 (Product)、價格 (Price)、通路 (Place)及促銷 (Promotion)。針對4P的行銷組合，Watt定義如表2-1。

表2-1 行銷組合分類、要素及可能決策與行動

行銷組合分類	要素	可能的決策與行動
產品 (Product)	展覽、活動、競賽、研討會、表演秀	研發、修正新產品，除去無法滿足客戶的產品，建立品牌、品質保證的政策及包裝的規畫 (包含規模、品質、形狀與顏色等)
價格 (Price)	建議售價、折扣、交易折讓、賒銷條件	分析競爭者的價格、擬訂價格與銷售政策，針對不同的買者給予不同的折扣。
促銷 (Promotion)	廣告、小冊子、海報、記者會、宣傳、	建立促銷目標、決定主要的促銷類型、選擇媒體及廣告、錄用及訓練推

	展演、商標、推銷	銷人員、規劃及執行促銷活動及舉辦記者會。
通路 (Place)	會場、交通、指標、停車場、地理環境、舉辦場址、輔助設施、住宿服務	選擇交通便捷、停車方便、各項輔助設施都完備場所舉辦節慶活動、建立配銷中心減低總配銷成本，建立與執行產品運送的有效程序。

資料來源：1.Watt(1998)，Event Management In Leisure And Tourism，p.66

2.本研究整理

2-1-2 城市行銷的內涵

Kotler(1993)等在其著作“Marketing Places”中，將行銷(Marketing)概念導入城市管理，強調各地區需利用其地方特色與資源，並加以整合，以企業經營的模式來進行地方發展，俾能吸引高素質人才、觀光客、產業或其他資源的進入，而建立屬於該城市之產業聚集並活絡工商發展，達成城市經濟的穩定及整體生活品質的提升。

莊翰華(1998)提到城市行銷的基礎乃將城市視為一種產品，為改善和其他都市間的競爭能力以及達到不同目標族群的要求，盡可能的去將其包裝和推銷。城市行銷是被視為涵蓋空間和內容面的行銷策略，以使城市對市民、遊客、訪客及企業界更具吸引力，及提供各利益團體交換看法的機會。Kotler (2002)認為城市勢必將不斷提升本身的競爭力，但首先要瞭解城市的競爭優勢在哪裡，城市整體競爭力是由各種競爭優勢綜合形成，而提升競爭力不只是城市硬體環境部分，軟體環境部分的水準也應同時加強。

Kotler(1993)指出地方行銷包括四種活動：(1)為地方樹立強而有利的地位和形象；(2)為現有和潛在的商品與消費者提供具吸引力的優惠；(3)以有效、可行的方法配送地方產品和服務；(5)確保潛在使用者完全了解該地獨特的長處，並推廣地方吸引力及利益。

國內學者莊翰華將行銷理念演進至非營利組織行銷乃至城市行銷的過程做一完整的論述。他描述城市行銷的意義如圖 2-1 所示。

1. 以『知彼』（顧客及競爭者）又『知己』的理念為城市做一定位，根據該定位研擬出各種策略（如：產品、定價、通路、促銷等），並使之活絡與深植化，以營造出城市的『雙贏』。
2. 城市任務是提供城市活動，其活動的量／質則需視目標市場（顧客）及城市永續經營而定。藉此能較其他競爭城市更有效果且更有效率的滿足目標市場，城市經營更永續。
3. 城市行銷為一個過程，視城市為一產品。如何使該產品滿足市場的需求及社會的福祉，且比其他競爭城市更有效果且更有效率地提供該產品，以使城市經營環境更寬更廣，也更永續。
4. 城市行銷係指以行銷學的原理與技巧來推展城市活動的誘因、理念與行為，即意謂著經營城市永續的技術，它包含了如何設計、實行與控制一個方案，使目標群更能接受新的思維理念。
5. 城市行銷即是強化、加速城市的競爭優勢，使城市成為一有競爭力的城市之過程，時時刻刻自問：什麼是城市競爭優勢？什麼才是城市對顧客在市場競爭中應扮演的角色？公部門與私部門如何攜手共創城市競爭優勢？公、私部門要做哪些努力，才能孕育出一個健康、進取且充滿競爭力的大氣候。

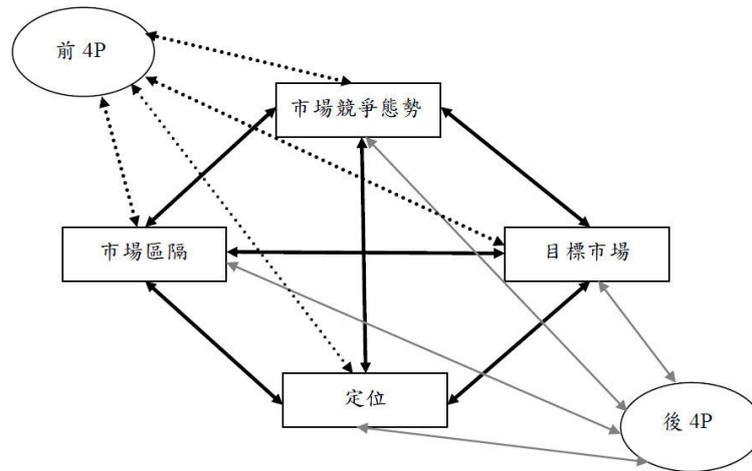


圖 2-1 城市行銷鑽石體系，莊翰華(1998)

(註：前 4P 為產品、定價、通路及促銷，後 4P 為包裝、力量、公共關係及理念)

2-2 綠園道及步行空間

2-2-1 綠園道規劃與設計原則

1. 綠園道的設計原則：

吳國賓（2002）對於綠園道之設計原則提出以下四點想法：

- (1) 文化因素：包括交通、通道、停車、服務、徒步動線、公共用途、現有建物及設備的保養。
- (2) 自然因素：包括土壤、氣候、地形、地下水和植物。
- (3) 社經因素：市場分析、成本 / 利潤。
- (4) 法律因素：建築許可執照的取得、中央和地方的財源及相關法律。

2. 綠園道的環境使命：

王小璘（1986）根據綠園道在都市中的各個面向，提出以下七點關於綠園道之環境使命：

- (1) 實質方面：可降低都市擁擠、美化市容、控制都市蔓延。
- (2) 生態方面：可改善都市微氣候，減少都市之噪音及空氣。
- (3) 社會方面：可縮短人與人之間的距離。
- (4) 衛生方面：可促進居民之身心健康，並舒緩其壓力。
- (5) 空間方便：可彌補都市綠色空間之不足。
- (6) 交通方面：人車分享，減少交通事故的發生。
- (7) 其它方面：可促進居民社區意識等等。

3. 綠園道的功能：

李朝強（1993）整理林進益（1981）及王小璘（1988）對於綠園道之功能觀點，提出下面五點想法：

- (1) 可提供人車分享，和諧共存的道路空間。
- (2) 可提供多元性的街道活動藉以減少人際間疏離感，以增進都市居民社區意識和地域感之場所。
- (3) 可提供舒適而吸引人的逛街購物路徑和安全之學習環境。
- (4) 可提供合乎人性的生活空間，使都市居民享受回歸自然的都市生活和彌補都市綠地面積分布不足。
- (5) 可有效串連都市開放空間，建立都市紋理及特質之開放空間。

由以上文獻可得知，綠園道的功能主要有以下三個面向：

- 人－減少都市人之間的疏離感，並增加社區的認同感。
- 自然－彌補都市中的綠地面積，進而改善都市微氣候。
- 交通－提供人車共享的空間，有效減少交通事故。

2-2-2 步行空間規劃與設計原則

1. 人行步道寬度原則：

市區道路分為快速道路、主要道路、次要道路及服務道路（集散道路及巷道）四個等級，並依各層級道路所需寬度及相對應之人行空間、公共設施空間之基本寬度需求提出參考值，作為都市計畫或道路規劃劃設路權寬度時參考運用。人行步道寬度需視行人流量、道路兩側土地使用及土地限制等因素決定；依據內政部營建署（2002）編撰之「市區道路工程規劃及設計規範之研究」中提出，依不同土地使用分類，其人行步道單側寬度規劃原則如下：

- (1) 商業區與公共設施用地人行步道淨寬度宜留設 4 公尺以上為原則。
- (2) 住商混合區淨寬度宜留設 2.5 公尺為原則。
- (3) 住宅區淨寬度宜留設 1.5 公尺為原則。
- (4) 工業區淨寬度宜留設 1.5 至 3.5 公尺為原則。
- (5) 新設小學之人行步道寬度應依據當地實際情況予以彈性增加。

2. 鋪面設計準則（內政部營建署，2002）：

- (1) 人行步道應為連續鋪面，且與相鄰基地公共人行步道地坪高都會區人行行程齊平，車道穿越時其鋪面可考慮連續鋪設。
- (2) 地坪鋪面儘量採用透水性之工法構造鋪面。
- (3) 人行步道鋪面構造應堅實平順且為防滑材料；伸縮縫寬度應小於 2 公分，以避免行動不便者拐杖或手杖陷入縫中。
- (4) 人行步道內之人孔、手孔等孔蓋應調整與鋪面齊平，且孔蓋邊緣收邊材質應與鋪面材質諧調。
- (5) 鋪面材料應符合各類人行空間的需要，如人行密度高之地區應採用堅固厚實之材料。
- (6) 鋪面材料的選擇可考慮地方特色，例如花蓮生產、加工各種石材，即可加以運用於鋪材上。

- (7) 在同一剖面上搭配不同鋪材時，其厚度應相近，以減少多次施作之繁複及增加造價。
- (8) 在坡度轉換處及轉角地點宜採用尺寸較小之材料，便於轉換、收邊之施作，減少現場切割的需要。
- (9) 在寬度足夠（3公尺以上）的人行步道上，鋪面材料盡可能將公共設施帶區分出來，以保障身障同胞行走安全。

3. 徒步區環境設施：

游明國在 1985 年也曾提及徒步區之環境設施相關敘述如下：

行人徒步區基本上是一種街道式的都市空間，提供市民購物、休憩、社交等活動場所，如果能把握住服務上述活動內容所需設施元素之特性與功能，則不難設計出一高品質的步行街來。歸納一般徒步區內的環境設施，約可分類為下列諸元素：

- (1) 地坪鋪面：以精緻的鋪面材料，作圖案化的處理，並考慮高低變化、殘障使用及行走安全特性。
- (2) 安全設施：消防栓、路燈、交通號誌、阻車設施、柵欄等，位置以不妨礙通行及使用性為主。顏色、造型宜適當設計，表達地區特色，尤其街道照明燈具、燈光設計，更能突顯徒步區夜晚人潮熱絡特色。
- (3) 街道設施：例如休憩坐椅、垃圾筒、煙蒂缸、郵筒、電話亭、詢問亭或佈告亭（Information kiosk）、販賣亭、路標、標識板、飲水台、公車站等，為服務街道一般活動的主要設施，其位置及使用，與遊客的視覺、肢體接觸最頻繁，除考慮其不同於一般街道地區之機能性與需求性外，比這更重要的是如何發揮造形或使用上的特殊效果，化解都市生活中的緊張與煩躁，留給遊客深刻印象。
- (4) 街道照明：徒步區為人群日夜活動之地區，故照明極為重要，燈具宜適當特別設計，藉以表達此一地區之特色。
- (5) 遊憩設施：空間足夠時，考慮設置小型兒童遊戲場、涉水池、涼亭、花架、戶外休閒咖啡座、小廣場、表演、社交等活動，主要目的是吸引人潮逗留，形成人際間良性的接觸與互動。

- (6) 景觀飾物：植栽、草地、花台、噴泉、雕塑、鐘塔、裝飾等，主要目的是軟化環境，創造悠閒氣氛，提供視覺休閒享受，經常以動態形式展現。
- (7) 植栽：種植行道樹、灌木叢和花卉等，最能達到綠化都市及美化市容的目的。
- (8) 廣告招牌及展示櫥台：為商家傳遞商品情報之設施，配合徒步區內的都市景觀，其尺寸、形式、顏色、聲光、位置等應有一系統性之規定處理；展示櫥台供商品展示或宣傳廣告之用，則可給予較彈性之發揮。
- (9) 全區音響設施：為服務區內遊客之情報吸收與聽覺休閒之設施，為區內創造聽覺環境之活絡氣氛。其纜線與喇叭音響位置造形須經過思考設計。
- (10) 特殊活動空間：供街頭表演獻藝等之用。

綜合以上各點，可得知在進行人行步道設計時有以下兩個重點：

- 設施安全及意象－人行道的空間尺寸應注意活動的基本寬度，也應符合無障礙空間標準；鋪面則需兼具行走安全及意象美感；街道設施除了透過評估遊客量來設置，也須注意整體景觀的意象呈現。
- 綠景觀的角色－植栽設計須達到綠化城市、美化市容、提供市民休閒場所的目標。

2-3 魅力因子相關研究

此小節針對設計中重要的三個環節：環境、人、物三面向來探討「人在環境中的行為及活動」、「環境意象」、「人與物的關係」如圖 2-2，以了解彼此在空間中的關係性，進一步為後續的訪談及問卷研究提供有效資訊。本章節之內文係引用文獻資料，照片則使用草悟道現地觀察所拍攝與內文相對應。

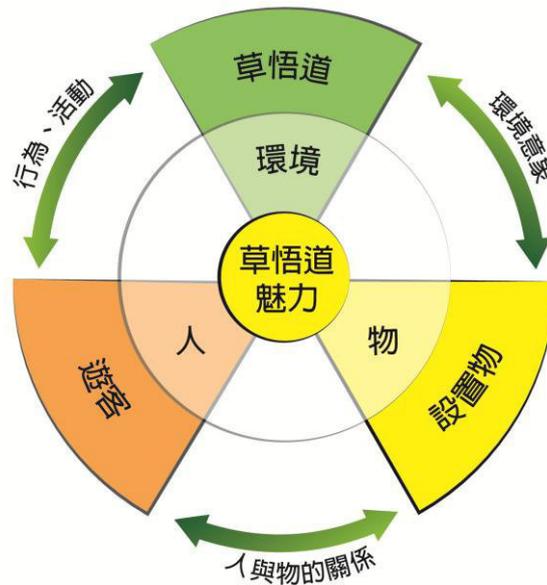


圖 2-2 草悟道魅力因子相關研究關係圖(本研究繪製)

2-3-1 人的活動與行為

1. 陽光與攤販

安尼·米柯萊、摩里茲·普克豪爾（2012）提到太陽燦爛的光和宜人的溫暖形成吸引人的魅力，城市人類顯然難以抗拒，小咖啡館的座位，會跟著太陽的運行路徑轉。同樣地，行人會走上陽光照耀的人行道和明亮的公共廣場，漫步光與影之間。攤販會把商品挪至遮陰處，行人則會戴上墨鏡。太陽是否照得到商店，也是地點的決定性優勢。人們會在享受陽光的同時默默的消費，而這種優勢是暫時的，因為隨著陽光的移動，優勢會轉給隔壁店家。空間彈性難倒了店家，卻成就了攤販：從日出到日落，可自由移動的攤販永遠能重新決定他們的位置。

攤販們匯集在人潮聚集處。他們了解人們非常喜歡走在陽光充足的人行道，因此他們會跟著時辰，讓自己置身陽光下，在陽光下排地密密麻麻的。一旦貨物在陰影下，他們就會轉移陣地，跟著太陽移動的路徑走。然而許多這類

型的攤販集中在人行道，攤販的機動性十分有限，因此陽光只能短暫接觸他們；於是，無可避免地在陽光最受歡迎的地點，街販的競爭十分激烈。早在第一批行人踏上人行道之前，這些攤販已經畫好勢力範圍了。你甚至可以觀察到攤販爭先佔據午後和煦陽光率先照到的地點。



圖 2-3：草悟道上的攤販與人群。

攤販對於行人的流動有正面影響。攤販不僅成為行人與車流之間的緩衝，也提供人們視覺和聽覺的停留點，有助於提升行人的安全感。在叫賣與談笑之間，攤販創造了某種型態的街頭劇場，既能舒緩行人的壓力，也使他們成為愉快的觀察家(如圖 2-3)。註：文中攤販一詞指販售藝品、小吃等臨時性攤販。

2. 人潮的聚集

Jane Jacobs 和 Bernard Rudofsky 認為理想的街道是擁有生動活潑看的見的街道生活 (Donald Appleyard, 1984:245)，跟朋友見面、吃東西、聊天、坐著或看別人活動等。對於外部空間之所以能成為人們生活地點的記憶，其最重要的

是「社會性活動」而不是形式，因此，空間的品質是因為人群生活互動而變得精采。（陳朝興，1996）

威廉·懷特（1980）描述了最吸引人的東西是其他人。藉由分析都市結構來解釋公共廣場愈來愈受歡迎的原因。但人吸引他人的現象不僅印證於公共廣場，也是都市生活的基本特色，即是村落和城鎮會形成社區的原因。這種吸引力並非源於個人，而是許多人們創造的經濟、社會、策略和文化依賴。「全球城市」的出現，就是這種經濟依賴的絕佳見證。因此穿越黑暗的行人會憑本能選擇人最多的路線，因為其他人的存在能提供他們安全感。至於白天，聚集的人群能引發好奇，人們聚集的景象會吸引更多人聚集，這是都市計劃者和城市建築設計師似乎無法理解的現象。他們都是基於這個假設來工作：城市人會尋找空曠，尋求明顯的秩序和安靜。人們愛看熱鬧、愛看其他人的習性，在世界各地的城市皆歷歷可見。

安尼·米柯萊、摩里茲·普克豪爾（2012）也提到人對人的吸引力可形容為一種組織的循環，一旦某個地方因人群開始聚集而看似有吸引力，這種循環就會形成。如果要創造人群，就必須刻意設計終點來建立許多地方欠缺的公共生活。為達此目的，現有都市生活的交點(existing intersections)必須加以分析及強化。然而，要設想一個規劃整齊、高密度活動的地區，就必須先規劃有品質的空間。人潮集中地通常是空地（如圖 2-4）。這種現象在都市計畫中反覆上演—構成鎮與縣、中心與周圍、主街與副街的基本差異，就都市計畫的各種理論，紐約市都呈現出鮮明的反證。都會中心曼哈頓因為是座島，所以在空間上與城市其他地區分離。雖只佔據該市面積的一小部分，卻幾乎引來每一種為紐約市帶來全球意義的機能：金融、文化和商業。不過，若沒有周圍地區，曼哈頓也不可能呈現當今這種風貌。宜人的居住空間、偌大的工商業用地，以及重要的基礎建設，全都平衡了城市稠密的核心。中心與周圍的極化程度也較微小。忙碌的街道之所以忙碌，必是因為它吸引了原本走在其他街道的人潮。因此，空地與人潮之間實有強烈的相互依賴性，而我們也不該忘記，空地常常會成為人潮集中處，人潮集中處也會回歸空地（如圖 2-5）。尤其是空著的地點—私有的空間、

休憩的空間、新發現的空間、以及建築棟隙(niche)－始終在城市機能上扮演舉足輕重的角色。



圖 2-4：廣場上聚集的人群。



圖 2-5：廣場上聚集的人群。

蘇活區有許多情況每天都會多次促使人群自動形成：在其無數個十字路口、知名商店外、街販的攤子後面、咖啡館外、階梯口、入口、有趣的櫥窗前，以及點心攤外。有時，太過擁擠的人行道上的正常行人密度和「停／走」動作，或等紅燈，也會形成人群。但人群要聚集，光靠好奇心就足夠。凡是人都想知道大家到底在看什麼或等什麼，也會想知道大家正在吃什麼。或者，表演會創造觀眾。我們都見過這種情況：街頭畫家和一個要畫肖像的年輕人面對面坐著，在畫家作畫時，其他人加入場景成為參與者，而其他路人感到好奇，想看看這些人在看什麼，也跟著圍觀，很快，那裡就聚集一群人（如圖 2-6）。街頭藝術家傾向在跟上都市生活脈動的地點演出（如圖 2-7），於是，會有更多生命力注入這些地方，而其他地點仍然欠缺城市氛圍，留給都市計劃者一大難題：如何創造刺激，為較無人造訪的地區帶來活力。人潮在一處密集集中，遠比同樣的人數平均分布，更能營造街頭的氣氛。然而當街頭音樂家、畫家和雜耍表演者被禁止在公共場所出現，那或許是因為他們不適合房地產所有權人對當地的印象，或是商店老闆將那種活動與獲利損失畫上等號。但如果街頭藝人不屬於城市體驗的一部分，都市生活的結構就有所缺憾了。



圖 2-6：圍觀藝術表演的群眾。



圖 2-7：觀賞街頭藝人的群眾。

威廉·懷特（1980）另外指出：一如在討論露天劇場效應時所指出，真正的節目通常是觀眾。很多人既看舞台上的演出，也看其他人的舉動。重要的不是其他人的舉動有多精彩，而是那些舉動會把人們凝聚起來，而有時壞的舉動會比好的舉動更有效果。而雖然 Christopher Alexander（1977）無法斷言，每平方公尺要有多少人，人型區域才會充滿活力。其他因素如周圍土地的類別、人群聚集情況、人們在做的事等顯然也有很大的影響。例如，一小群人被兩個民歌手吸引到廣場中央，就遠比同樣人數在草地上曬太陽更能賦予生命力。

3. 步行區的商店街

依據經濟部對於形象商圈之定義為：「集合單一或多元商業功能，在同一地區各自經營，稱之為商圈。而商圈是否具有競爭力，取決於商圈是否因時代、環境趨勢的改變，來調整商圈的型態與經營手法，以符合當地人文、特產及景觀特色；經整體規劃創造出共同的新商機」。（張翎茵，2009）

而一旦從公共領域跨進私人土地，人難免會被精心設計的店面所引導。這種吸引力，加上消費產品推陳出新的飛快速度，會誘使顧客一再造訪且重新探索這個地區。

因店面小，可以有更多商店呈現於街景中（如圖 2-8），在此狀況中，街區的深度通常被用到極致，以擴充商店的使用面積。有時兩家向深處延伸的店面

乾脆開闢一條通道，連接兩條平行的街。這種「橋梁」常被視為捷徑而受到歡迎，即使商店老闆不想這樣。但正因如此，這些象徵顯示公共與私人空間是可以共生的，且行人和商家皆蒙其利。（安尼•米柯萊、摩里茲•普克豪爾，2012）



圖 2-8：步行區旁巷弄內的商店街。

4.使用者和地區之間的關係

一個地區日常生活的基礎愈多元，一日之中個別活動的地點就愈分散。例如，在探討純住宅區的每日人口波動時，我們發現多數居民每天早上會在差不多的時間出門，晚上也會在差不多時間回來。這樣的模式會造成暫時性堵住某些街道，如果住宅大樓增添了第二種用途，例如辦公室，那每天早上的移出就會被移入抵銷，或者晚上的移入會被移出抵銷。隨著可取得的辦公空間愈來愈多，用於住宅的空間便會逐漸減少；可供利用的總空間則維持不變。如此一來，令人憎惡的尖峰時刻就會被稀釋。如果你透過結合文化機構、商店、各種公司行號和餐廳來擴展一地目前受限的用途，將對幾乎不變的人口分布立刻發揮效用。

在一個有多元用途的地區，不同的人群會在一天不同的時間支配公共領域（如圖 2-9）。短期而言，他們的行為、文化特徵和活動有助於決定這個地區的風貌。例如他們步行的目的就反映了當時他們追求的特定興趣。上午，城市的氣氛為就業人口的明快節奏掌控；下午，城裡湧入從容漫步的觀光客(包含各種意義的觀光客)他們似乎憑本能接受了櫥窗展示的誘惑。若從上空俯瞰，他們沿

街行進的路徑像無規律的 Z 字型，其中不時穿插著環形移動。傍晚，隨著愈來愈多人打道回府，居民慢慢重新佔領街道。這種循環會每天反覆出現—透過周而復始的慣例成為一種韻律（安尼•米柯萊、摩里茲•普克豪爾，2012）。珍•雅各（2007）也提到一個地區最好提供超過一種的主要功能。這些功能必須確保這裡有各種類型的使用者，他們按照不同時間表外出，為了不同目的待在這裡，但能共同使用場所設施。



圖 2-9：附近居民使用空間的狀況。



圖 2-10：遊客使用空間的狀況。

5.城市中的寵物夥伴

美國在 1990 年，因愛狗人士希望能在都市中提供給狗活動的空間，於是在市府與愛狗人士的推動下，計畫在公園內設置垣牆，而被垣牆所圍繞的區域，是可以讓狗運動的空間。1992 年，紐約市第一個附設狗專用設施的公園誕生了一「Tompkins Square Park」（East Village Parks—Tompkins Square Park，2005），而這個專門讓狗自由活動的區域也就是「Dog Run」，意指「犬的運動場」，由於使用牽繩會使的狗將壓力轉嫁到其它狗的身上，因此進入此活動區內的狗是不需牽繩的。自此之後，在美國各地的類似設施不斷增加，以「寵物犬活動區」或「寵物犬公園」的名稱，對世界各國帶來影響，如倫敦、巴黎、奧地利、莫斯科、日本、香港等，在政府和民間展開營運。而 Jeff Zahn 指出「寵物犬活動區」和「寵物犬公園」名稱的差異，主要是考量區域所具有的機能和面積等，並沒有明確的區別意義（NYCD dog，2005）。

目前紐約市營運的寵物犬活動區，官方的已經約有 33 處，若包含民間營運設施的話，共計有 70 處以上。而寵物犬活動區的營運方式，大都是由自願參加的市民組成團體去支援，經費是採取使用者負擔的方式，區內常見的設施包含：圍牆或圍籬、飲水器、長椅、垃圾箱等。

美國訓練狗聯盟表示，寵物犬活動區的效用主要是針對都市環境（Kowazama Dog Run, 2005），其功能包含：幼犬和成犬皆能在受限制的範圍內，自由且充分的活動、能降低公園內狗破壞公物、減少狗驚嚇民眾的事件、不侵犯到小孩和怕狗民眾使用公園的權利、民眾與狗一同進出公園，能防禦公園內的犯罪情形、新的居民能藉由溜狗，拓展人際關係。（蔡珮芸，2005）

安尼·米柯萊、摩里茲·普克豪爾（2012）提到人們對城市密碼的認知，會受到當地飼犬行為的狀況所影響。鄉下的狗和城市裡的不一樣，鄉下的狗會捍衛牠的勢力範圍，可代替警報系統，城市裡的狗則乖乖的繫著鍊條溜達，在景致單調的紐約市當人類最好的朋友和生活伴侶。牠沒有防衛的衝動，反成為都市限制和忠誠的表徵。不僅是空間受限，也必須考慮其他人和狗的存在。鍊條必須拉緊，行程要近、排泄物要立刻處理乾淨。很少城市居民，特別是退休老人或單身男女，可以與這些限制一搏。對這些人來說，遛狗也是一種參與街道生活、促進社交活動的方式，讓他們不再孤單。清晨的遛狗更是超越了平常的世俗意義，成為一種預先制定的常規，一種慣例。這種慣例賦予序時發展 (chronological development) 一種韻律，傳達了社交基礎、安全感和方向感——特別是對長者而言。



圖 2-11：遛貓的人們。



圖 2-12：遛狗的人。

6. 使用者行為

Amos Rapoport 曾說過「環境不決定行為，環境支持行為」。Jan Gehl 透過設計成功戲劇化的改善哥本哈根，更成功的將市中心由車行的大街變成擁有露天咖啡座的徒步街，更證明如果空間被塑造成可提供適合人們使用，支持人的行為發生，在街道的活動也會因此而改變。（林家羽，2007）

安尼·米柯萊、摩里茲·普克豪爾（2012）提到十字路口有較高的行人密度，但不會使人們在此長久停留，通常只是短暫的逗留地點。行人等紅綠燈、迷路的人在街名路標之前停下腳步、朋友約在十字路口碰面，以便繼續前往目的地、攤販供應食物給飢腸轆轆的行人，行人大排長龍，等待美味的熱狗等都是街區中的路口常見的景象。



圖 2-13：逗留在十字路口的人們。



圖 2-14：受攤販吸引而逗留的人們。

另外珍·雅各（2007）指出人們下意識尋求保護的本能，會在我們選擇座位時產生決定性的影響。但就算眼前有一排欄杆，而欄杆外的景色是淒涼悲慘的荒地，我們也不可能坐在那裡。因此，還有一個因素會影響座位選擇：活動。坐著的人們喜歡觀察環境，有時在觀察者的眼中，街頭事件就相當於戲劇表演。透過巧妙的干預措施，都市計畫者可以創造刺激、多變的背景，以及高度多樣化的潛在用途。城市劇場愈是曲折離奇，人們就會坐得、看得愈久。不同於傳統戲劇，「街頭劇」的演員和觀眾都是主角。對於故事情節的相互觀察，正是穩固地域性的來源，也是一條街要運作良好的基本要素。

在老城市表面的失序下—無論這個城市在哪方面運作順利—有一種同時維護街道安全與城市自由的神奇秩序。這是一種複雜的秩序。它的本質是人行道錯綜複雜的用途，這使之不斷引來人們的目光。這種秩序概由動作與變化構成，而雖然它是生活而非藝術，我們或許會出於幻想地稱它為城市的藝術形式，並將它比作舞蹈—不是那種單調而嚴謹，所有舞者一起踢腿、一齊旋轉、全體鞠躬謝幕的舞蹈，而是一種複雜的芭蕾舞，每名舞者、各支舞團都有自己獨特的動作，但這些動作神奇地彼此加強，構成一個井然有序的整體。優質城市人行道的芭蕾舞從來不會在兩地重複演出；不管在哪裡，都會一直展現全新的即興創作。



圖 2-15：觀察環境的人們。



圖 2-16：觀察他人活動的人們。

另一方面，Gantvorrt（1972）認為行人徒步區有鼓勵人們往返購物的作用，即行人流量的增加與步行環境有直接的關係，人們在良好的步行環境內願意增加步行的次數與距離，而步行次數的增加亦促成生活訊息的傳達，進而增加地

區的吸引力。安尼·米柯萊、摩里茲·普克豪爾（2012）就提到當步行的人們在抵達之前，每個目的地都是目標。或許也可以將這種在兩地之間的「短暫位移」視為真正的目標。如此一來就連四處閒晃或流連公園板凳所顯露的漫無目的，都可視為目標。目標不見得非得是一段過程的終點，它不必象徵什麼目的。目標也可以只是休閒，甚至無所事事。而一個人的目標愈不清楚，商店就愈容易巧妙地把它變成準顧客。公司發掘顧客潛在需求的速度會比顧客本身來的快。每個地方的門開著櫥窗亮著、食物的氣味飄送、音樂撥放、油油亮亮的培根、傳單四處展示等。我們可以說，由於充滿各種令人無法抗拒的欲望，對所有能偶爾享受這些樂事的人而言，這裡的公共領域都是妙不可言的散步區。



圖 2-17：步行移動於街區中的人們（鍾興拍攝）。

2-3-2 環境意象

1. 行人對環境的意象

張昌明（1987）認為空間認知除了在物理上對樣式、顏色、材質的感覺之外，還會因為環境中與個人經驗有關的因素或空間氣氛的呈現，對環境賦予較深層的意義。李厚強（2002）也提到：空間認知並非只是單純的反映周遭環境，通常還會加入許多過去的經驗、情緒等因素。意即當人們知覺到空間中的色彩或光線等訊息時，認知的過程隨即展開，而所有過去累積的經驗及記憶，也開始展開訊息處理的運作，進而對空間產生整體的感知經驗與印象。

Zube et al. (1982) 提出景觀偏好是個體過去之經驗、目前之需求及將來之期望，將感官資訊潤飾及意義化並認知各事物間關係的「心理歷程(Mind process)」就稱為「知覺(Perception)」，由景觀知覺發展成景觀認知而形成景觀偏好，是一連串人與環境交互作用下所產生的結果。安尼·米柯萊、摩里茲·普克豪爾(2012)則提到每當行人走進一個陌生的地區，他們會針對這個新環境，憑直覺在心底描繪一幅畫面，這幅畫面足以讓他們確定方位、歸納事實，進而屏除不重要的資訊。而每一個行人都會對一個地區有屬於自己的意象，但不同人的意象之間仍存在著基本的相似點。因此都市計畫人員不必在乎這些意象的個別差異，僅需專注於整體概念、大部分行人共有的心理意象即可。如此它們便能找出各種物質現實之間的交互作用，也將辨認出一個地區憑直覺即可察知的標識，以及所欠缺的東西。

例如進入蘇活區的人們，怎麼可以這麼快就建立清楚的環境圖像呢？棋盤式街道決定了移動模式，也建構了心裡意象的基礎。商業活動集中、行人密度奇高，以及已落地生根的商家都讓蘇活成為曼哈頓中心一個獨一無二的地區。本區四面八方都以幹道為界，數千個小型熱點構築了接到生活的特色——東北部的地鐵站、湯普森街的遊樂場、遊樂場對面的披薩店、街角的咖啡館、春天(Spring)街上的小市集。而在找路的過程中，行人會運用的策略性連結為「環境意象」(environmental image)，意即個人對於外在物質世界既有的概括性心理圖像。這種意象是當下的感應和過去經驗記憶的共同產物，用以詮釋資訊、引領行動。但 Kevin Lynch (2004) 提到受訪者在被問到覺得哪個城市的方向性最明顯時，他們提到好幾個，但不約而同指出了紐約（指曼哈頓地區）這個城市會被提及，主因並非棋盤式街道；而是因為他有數個特性明確的地區，坐落在河流與街道構成、整齊有序的框架裡。

2. 廣場上熱鬧的氛圍

1971年 Lynch 提到廣場的空間型式應為建築、公共設施或柱列等量體所圍塑，可供民眾多元活動使用的無遮蔽（具連續性的硬鋪面）場所，扮演著活化

都市的重要角色，而「活動」是最能展現廣場生命力的重要元素，「廣場」意味著都市中心的活動焦點。安尼·米柯萊、摩里茲·普克豪爾（2012）就提到公共廣場、中庭或十字路口愈小，遇見鄰居或朋友的機率就愈高，因此不單是這些地方的「存在」，這些地方的「規模」也對地區的社交網絡有影響。廣場的面積不會太大也不會太小，都市環境中的廣場規模通常是依使用人數而定。如果有十五個人同時在小廣場，就堪稱忙碌了。稍大一點的廣場，如果也是十五個人使用，或許看來就很荒涼了，我們有可能依照用途及訪客人數來決定一個廣場最適當的大小，讓它在特定背景中顯得吸引人。例如，需要親密感與安全感的住宅區向來需要一些小廣場：只要上頭同時有三、四個人便能活絡起來的廣場。威廉·懷特（1980）也提到小空間有巨大的加乘效果。不只要看使用它的人數，還有更多經過它、對它產生共鳴，甚至把它當成城市中心而前來探聽消息的人。對一個城市來說這樣的地方是無價之寶，不計成本也要開創。



圖 2-18：廣場上熱鬧的氛圍。

3. 城市是由數個獨特的區塊組成

城市是由不同的區塊組成，這有助於我們建立空間方向感。城市的特定地區就是這樣的區塊，一個綜合建築區、一座遊樂場、一扇門、一段樓梯或一條迴廊也是。要在城市裡找到我們的方向，將路線分解成一連串較小的部分會有幫助，我們先到一個地區，經過第三個街區左手邊的遊樂場，然後穿過第二個

門—正對面的街販在賣五彩繽紛的圍巾。寬敞的樓梯帶領我們到最後的目的地的一頂樓長廊盡頭的一扇門。如果沒有憑本能將路線細分成各個片斷，要確定方位就很難了。如果憑單調的棋盤式街廓來穿越蘇活區，我們會難以回想走過的路線。唯有運用當地特色—建物壁面的突出部分、一段段階梯、一系列小精品店和街頭攤販，以及特別的氣味和光線的效果—整個地方的空間才可能分解成有特色的區域。在許多情況下，與環境下意識的抽離，能使我們不必刻意尋找有關方位的線索。當我們並未全神貫注的維持方向感時，我們的心會自由地漫遊，享受平靜的思緒和生動地場景。因此，有方向的行人也較有安全感，以及滿足感，因為他能充分享受街道提供的所有體驗。街道之所以會被利用是因為它們連接了一座城市的不同區塊。但若純粹作為通道使用的街道，會缺乏讓人們愉快停留所需的品質。事實證明，相較於建築物之間的殘餘空間，人在置身邊界明確劃定的主要空間時，會覺得比較自在。（安尼·米柯萊、摩里茲·普克豪爾，2012）。街道之機能不僅只是通行，更是提供民眾停留、休憩、與人交流、發生活動的場所。街道向來與市民有親密關係，是市民體驗都市的主要衢道，它既是流通人、貨的途徑，也是市民的非正式公共社交場合，又是帶狀的市場（華昌琳，1995）。

然而在由眾多的區塊組合而成的都市裡，Christopher Alexander（1977）說明若只是被「殘留」在建築物之間的戶外空間，一般不會有人利用。事實上，戶外空間有兩種本質截然不同的類型：消極的空間與積極的空間。沒有輪廓的戶外空間就是消極的空間，但當戶外空間有明確的輪廓，且其輪廓和周圍建築物的輪廓同樣重要時，才是積極的空間。

4. 夜裡的城市樣貌

現代城市細緻的分工，在台灣出現了工作性質多樣化的趨勢，有愈來愈多的人需要在夜間工作，一天內的活動分配趨向平均，不再大量集中於日間，夜晚也同樣需要日間的商業種類，因而引發了夜間消費的需求。又各種社會因素，將台灣人的睡覺時間不斷往後延，更擴大了夜間營業的商機，各類型商店陸續

加入 24 小時的行列。從 80 年代 7-Eleven 帶動了 24 小時的經營革命，到 2007 年甫推出 24 小時營業的麥當勞，都顯示台灣的現代都會已是全天不打烊的不夜城（陳瓊甄，2008）。而安尼·米柯萊、摩里茲·普克豪爾（2012）提到為克服人類的原始恐懼，夜晚的人工照明是最普遍的工具。電燈泡的發明不僅擊退了對黑暗的恐懼，也等於延長白晝。當人們開始把夜晚變成白天，商店也營業做晚間生意。為了讓人們在晚上也能安心，傳統的城市地標—主要是那些以往天一黑就會消失的建築物—現在必須為夜晚進行改裝。街燈、櫥窗燈光、告示牌、房間照明和耀眼的頭燈都已冒出地面，成為夜晚的指標。他們的外觀扭曲了人們對白天的熟悉印象，透過刻意強調的手法，劃出中心與外圍的界線。明亮燈光與漆黑夜色的強烈對比，很快變成公共領域最顯著的廣告媒介、燈火通明的商店和繽紛燦爛的廣告，正熱鬧的出現在夜間的道路旁。



圖 2-19：為夜裡妝點的藝術裝置。



圖 2-20：為夜裡妝點的路燈。

2-3-3 遊客與設置物的關係

鍾定真（2012）認為街道傢具泛指在街道、道路上為各種不同使用需求而設置的設備、物件。這些物件的設置與設計通常對交通安全、公共安全、公共空間中公眾生活之便利等方面有相當程度的影響。陳明石（1993）在《屋外環境道具的研究與設計—（一）街具的概說》一文中，依據街道傢具的機能將其分為 11 類，分別為休憩類、衛生類、賣店類、情報資訊類、照明類、交通類（與交通工具有關、與行人有關）、臨時飾物類、遊具類、管理類、殘障者類、修景類。同時也提及街具的存在與空間及使用者三者之間，有著不同程度之互動關係，亦因地域性的差異及使用者生活習慣的不同之差別，街具的設計會有所不同。蕭炳欽（2003）則提到街道傢具、植栽、交通號誌等細部設施，固然被認為是以使用機能取勝、藝術價值不高，但其多變的造型、豐富的語彙及在公共空間展開的特性，也能賦予人們多元的情緒、認知及美感經驗。同樣地以公共座椅而言除了提供基本的乘坐功能外，在外觀的設計規劃上需能讓使用者感到心情愉悅，又或者能增加人們話題的特殊外形設計，如此一來物件與使用者的溝通便能暢行無礙，也能滿足人們心靈層次上的美感體驗，並感知其思想與意涵，與物件達到互動交流的模式。

例如針對在公共廣場上的座椅威廉·懷特（1980）的實證研究即顯示，座位雖非公共廣場活力的唯一變數，卻是最重要的。據他觀察，沒有座位的公共場所，明顯人煙稀少。階梯和牆壁也可以發揮長椅和座椅的效用。最受歡迎的座位選擇向來是有木質靠背、依人體工學設計的傳統長椅，以及活動椅。如果長椅使用者不只有機會體驗它，還能改變它的位置、面向陽光，這樣的移動與調整將賦予周遭地區蓬勃的生氣。而長椅若位於城市廣場上，且視野良好、讓使用者以觀察廣場一切活動，鼓舞的力量就更強大。通常最能吸引人們坐下來欣賞的是遊樂場多采多姿的畫面。然而蘇活區的年輕人和長者之間有種出於下意識且具穩定功用的共生關係，這在街上就看得得到，因為銀髮族使用街道的方式與年輕人不同。年輕人常是從一個目的地會快速移往下一個，長輩們則會慢慢走，心平氣和、安靜地做他們的事。他們會坐在長椅上放鬆休息，觀察在面

前上演的事件。對他們來說，街道主要是駐足和會面的地點，而非開發利用的區域，是社會接觸與融合的空間。現今蘇活區的許多目的地（超市、銀行、郵局或陽光普照的廣場）都在年長居民的步行範圍內，他們常進行短距離的「遠足」，但簡單服務的供應者，諸如藥局、醫師或教堂，年長者則需要多花一點力氣。除了提供全面性的基礎服務，一個好城市還需要適合長者的街道配置，要有人行道、交通號誌、行人穿越道、可一再去的休憩處、遊戲場前的長椅、可坐著欣賞宜人風光的地方，以及廣場中的長椅。長椅顯然獲得最多利用，因為它結合了兩種基本需要：放鬆與觀察。在備受歡迎的公共廣場的騷動吵雜中，長者可坐在那裏休息，看大家表演。

Christopher Alexander（1977）也提到，選擇好的戶外座位設置地點遠比打造美輪美奐的長椅來得重要。事實上只要地點正確，即使是最簡單的椅子也很完美。



圖 2-21：在石階上休憩的人們。



圖 2-22：在階梯上席地而坐的人們。



圖 2-23：長椅上觀察行人的長者。

安尼·米柯萊、摩里茲·普克豪爾（2012）則提到散步區是因人類需求而產生的空間。散步、走上走下、看與被看，這些體現了從感官、社會接觸到消費等需求。因此，散步區不只具聯繫的功用，它還具備許多強化公共社群的功能，它仰賴最基本的行人交通密度。為了這個目的，散步區需要強而有力的標的以便經常引發和集中活動，例如教堂和咖啡館、樹木和雕像、商店和餐廳、博物館和橋梁。這類標的的密度越高、變化愈多，沿散步區來往的人就會愈多元、愈大量，它也可能成為當地重要的熱點。

然而許多目的地都會產生人們大排長龍、不耐久候的情境，例如人滿為患的郵局，或在某部自動櫃員機前排隊；有些目的地則會吸引人逗留，例如電影院、咖啡館或陽光普照的廣場，能讓使用者心情平靜、愉快；這些地點與大排長龍的地點之所以不同，主因是他們不會強迫人們留下來。同樣的情況也發生在烘培坊門外的長椅：它讓人們得以斷然改變原本只想趕快買些麵包回家的意圖。讓人停留的目的地可創造交易以外的經驗，購物者不會逐一劃掉採買清單上的項目，而會在饒富魅力的廣場上打發時間、高興地打量新商品，然後購買本來沒打算買的東西。街販早已看出人們的需求並列入盤算，不只有奢侈品會刺激購買慾，購物本身也是愈來愈美好的經驗。商品也會結合動人的服務，於是顧客愈來愈難決定到底要買什麼東西。自由不斷被操弄，隨著街販業績長紅，

整條街道也受益良多。只要對人們進行各種簡單的干預，就能提升街道的價值，維持它的吸引力。但我們很容易忘記，一個地方的價值不是來自其內部的社會微型結構，這種優勢是從供應者與消費者之間的交易逐步形成。於此產生的經濟依賴性，對地區的永續發展可能相當不利，而如果需求陷入停滯，則可能致使其吸引人的外表迅速凋零。因此，超商、藥局、烘培坊和理髮廳的存在變得重要，以因應居民的基本需求。

2-4 文獻小結

藉由此章節可了解到城市行銷的基礎即將城市視為一種產品，而為了提升其都市的競爭力，以及達到不同目標族群的需求，應盡可能的使該產品滿足市場需求及社會福祉，且比其他競爭城市更有效果且更有效率的提供該產品，尤其在進行行銷的過程應注意：產品（Product）、價格（Price）、通路（Place）及促銷（Promotion）等四個部分，以使得在經營城市環境時面向更寬廣，同時也更永續。另外在綠園道及人行道的設計原則下，草悟道的設計規劃應朝向提供人車分享、多元性的街道活動、舒適而吸引人的逛街購物路徑和安全之學習環境、合乎人性的生活空間、有效串連都市開放空間，同時人行步道上應注意鋪面的高低、透水性、防滑、伸縮縫寬、堅固、地方特色（包含視覺及材質）、分區等重點。

人在環境中易受到陽光、空地及人群的影響而聚集；在步行空間中會逗留於十字路口、攤販前；休憩時會依照活動或能觀察人們行為的地點選擇座位；遛狗則是一種參與街道生活、促進社交活動的方式。另外城市中的廣場為聚集人群、製造熱鬧氣氛的無價之寶，商店街創造出的是迷人的街景氛圍，然而藝術表演者及街頭藝人，則是吸引目光的重要因素；但步行空間除了聯繫外，它還具備強化公共社群的功能，因此需要強而有力的標的物可以經常引發和集中活動。設置物部分最受歡迎的座位是有木質靠背、依人體工學設計的傳統長椅及活動椅，尤其若長椅使用者不只有機會體驗它，還能改變它的位置、面向陽光，這樣的移動與調整將賦予周遭地區蓬勃的生氣。

由文獻探討可知，若想打造國際級的魅力城市，突破全球化限制。就必須針對城市行銷的概念來滿足市場需求及社會福祉，於設計規劃時注意友善的環境，且應依照人的特性及環境的特點創造具有陽光、廣場等不同類型的空間，同時創造如藝術表演者、街頭藝人及活動等容易讓人們停留的熱點，最終，人會因為好奇心及喜愛觀察其他人的特性而吸引更多人群。

◎ 參考文獻

中文部分：

1. 中華民國內政部營建署（2002）市區道路工程規劃及設計規範之研究。
2. 中華民國內政部營建署（2002）市區道路人行步道手冊。
3. 金美理、崔寶允（2011）魅力都市心設計-建築再造與空間規劃的完美展現，台北：碩博。
4. 安尼·米柯萊、摩里茲·普克豪爾（2012）城市密碼：觀察城市的100個場景，洪世民譯，台北：行人出版。
5. 莊翰華（1998）都市行銷理論與實務，台北：建都文化事業股份有限公司。
6. Kotler, P. et al.（2002）科特勒深探大亞洲—人潮、金潮與地方再造，羅漢譯，台北：商智文化。
7. Kotler（1990）行銷管理—分析、規劃與控制，陳振遠、陳振田編譯，台北：五南圖書公司。
8. 陳朝興審訂（1996）戶外空間的場所行為—公共空間使用之研究。台北市：田園城市文化出版社。（原著出版年：1980年）
9. 華昌琳（1995）人性的都市街道，《造園季刊》，第20卷。
10. 陳明石（1993）屋外環境道具的研究與設計—(一)街具的概說。東海學報 34 卷：p.931-954。
11. 蕭炳欽（2003）城市空間藝術。台北：國立臺灣藝術教育所。
12. 張翎茵（2009）台中市美術園道商店街的形塑歷程與消費空間之闡釋。國立臺灣師範大學地理學系，碩士論文。
13. 徐國清（2012）影響城市行銷關鍵因素之探討—以產業觀光/臺南市為例。南台科技大學行銷與流通管理系，碩士論文。
14. 蕭佳恩（2012）節慶活動與城市行銷—以2011嘉義市舉辦世界管樂年會為例。南華大學國際暨大陸事務學系公共政策研究碩士班，碩士論文。
15. 王威勝（2009）台灣三大城市行銷基礎比較—以台北市、台中市與高雄市為例。國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所，碩士論文。

16. 吳國賓（2002）遊客對都市綠園道設施的使用滿意度之研究－以台中市經國綠園道為例。逢甲大學土地管理學系碩士班，碩士論文。
17. 林怡秀（2008）都市綠園道發展之探討－以台中市為例。逢甲大學都市計畫學系碩士班，碩士論文。
18. 蔡珮芸（2005）都市公園之寵物犬活動區設置研究－以台北市大安森林公園使用者為調查對象。銘傳大學媒體空間設計研究所，碩士論文。
19. 林家羽（2007）行人觀點探討都市社區巷道之場所再造－以新莊市中正路 514 巷為例。輔仁大學景觀設計學系研究所，碩士論文。
20. 張昌明（1987）從空間認知觀點探討場所體驗的空間印象：以中壢市書香門第餐廳空間氣氛的印象為例。中原大學建築研究所，碩士論文。
21. 李厚強（2002）人工光源之照度及色溫對視覺感知影響及照明方式調查研究：以住家客廳為例，中原大學室內設計學系，碩士論文。
22. 蔡淑萍（2009）戶外空間之公共座椅型態與使用者間之互動性研究。東海大學工業設計學系研究所，碩士論文。

英文部分：

1. Kotler, P., Haider, D. H. and Rein, I. (1993), *Marketing Places : Attracting Investment, Industry, and Tourism to cities, states, and nations*, NEW York: The Free Press.
2. Philip Kotler (2008) *Marketing Management*, 13th. Edition, Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
3. Watt (1998) *Event Management In Leisure And Tourism*.
4. Kevin Lynch (2004) *The image of city*.
5. Jane Jacobs (1961) *The Death and Life of Great American Cities*.
6. John Th, Gantvoort (1972) *Pedestrian traffic in town centers*, Ekistics Jan.
7. Zube, E., Sell, J. and Taylor, J. (1982) *Landscape perception, research, application and theory*. *Landscape Planning*, 9:1-35.

網站參考資料：

1. NYCDdog (2005) <http://www.nycdog.org/park.html>。
2. Kowazama Dog Run (2005) <http://pws.prserv.net/papiken/>。
3. AMA (2004) 美國行銷協會官方網站
<http://www.marketingpower.com/AboutAMA/Pages/DefinitionofMarketing.aspx>。
4. 台中市政府 (2013) 草悟道專頁 <http://www.calligraphygreenway.org.tw/about.php>。
5. 鍾定真 (2012) <http://newdesignmethod.blogspot.tw/2012/02/b9934004.html>

第三章 研究設計與方法

3-1 調查流程與步驟

3-2 環境實地調查

3-3 遊客訪談調查

3-3-1 調查方法與目的

3-3-2 口語協定分析法

3-4 遊客問卷調查

3-4-1 調查目的與方法

3-4-2 問卷設計與內容

◎引用文獻



第三章 研究設計與方法

為瞭解遊客使用草悟道的情況，以及目前遊客對於草悟道所產生之困擾點，因此本研究進行實地調查、遊客訪談及遊客問卷等三階段調查來探討遊客行為、問題點及魅力因子。以下說明各階段調查之目的、內容及進行方式。

3-1 調查流程與步驟

本研究調查包含環境實地調查、遊客訪談調查(遊客使用意識調查)與問卷調查(遊客經驗調查)，共三階段。藉由各階段之調查結果整理，最後以統計量化方式進行分析與歸納。研究流程圖整理如圖 3-1 所示。



圖 3-1：調查流程圖(本研究繪製)

第一階段為『環境實地調查』，此階段藉由現場調查的方式，觀察遊客在草悟道中的行為並記錄草悟道周邊商家、設置物及活動現況，並以拍照及文字紀錄的方式歸納整理。

第二階段為『遊客訪談調查』，共計 13 人；以文獻探討與實地調查所歸納整理出之結果為基礎進一步擬定相關問題，對遊客進行訪談以得到實際現況之問題點。初步了解遊客來到草悟道的原因、被吸引的因素、困擾點與相關狀況。並以此階段調查找出的魅力因子與問題點為基礎進一步擬定相關問題，作為遊客問卷調查之依據。

第三階段為『遊客問卷調查』，以 220 份有效問卷針對遊客進行驗證，根據 Kano, Seraku, Takahashi, and Tsuji (1984)的二維品質模式(即 Kano Model)，服務品質包含了源自 Herzberg (1959)的雙因子理論(two factor theory)，將此理論結合在二維的架構上，針對魅力屬性的特質加以分析，評估不同魅力屬性對於滿意度的影響程度，並辨識出重要性排序，提供草悟道後續規劃重點與設計的方向與建議。

3-2 環境實地調查

在不同時間點對草悟道上的遊客採取「觀察行為法」(Observation Behavior Method，OB) (王敏順，1988)，分析環境空間與遊客之間的互動情形，及環境對遊客行為的影響因子。過程以「非參與式觀察法」(Francis T. McAndrew，1995) 進行調查，研究人員以不干擾研究對象為原則，直接觀察並使用相機及筆記方式紀錄遊客觀光的行為與過程。同時詳盡的紀錄草悟道周邊商家的類型及分布，作為評估草悟道觀光魅力的客觀因子。

3-3 遊客訪談調查

為實際探討草悟道的魅力因子及使用行為上所面臨的問題點或使用困擾，將分別對 13 位遊客進行初步訪談，遊客包含各個年齡層並以有到過草悟道之遊客為主要訪談對象。

訪談完遊客後以口語協定分析法(Verbal Protocol Analysis) (黃耀榮, 2000) 分析其訪談內容，口語協定分析法是一種直接獲得研究對象口述與認知過程的研究方法，此研究方法是可探究某些行為的動機與模式，藉由研究對象經歷某些事件過程中所產生的言語或是事後追溯的言語紀錄，從事認知過程的分析，它是具有認知心理學及相關學科的理論基礎且使用上有具體的步驟可以遵循。透過此階段的調查歸納整理其分類的因子並進行分析與結果討論，並作為後續實際問卷調查的評估依據。

3-3-1 調查方法與目的

問卷內容依照相關文獻探討與先前調查所歸納出的相關因子來擬訂。並透過此階段深入瞭解草悟道吸引遊客的因素及掌握遊客使用草悟道之情形，訪談過程由研究者採用一對一直接訪談，以錄音方式全程紀錄，再藉由口語協定分析法將其分析。期望在進行量化問卷之前，尋求最佳的問卷題型，調查目的如下：

- (1)藉由訪談問卷調查，瞭解遊客在使用草悟道遇到的問題點與使用情況。
- (2)透過遊客訪談調查之結果，以進行第三階段量化問卷之參考。

3-3-2 口語協定分析法編碼系統建立與過程

分析口語資料前，必須先行建立斷句原則與編碼系統，編碼系統之建立可分成「斷句原則與編碼」、「編碼細項定義與分類」、「編碼過程」等步驟而得到結果，分別說明如圖 3-2。

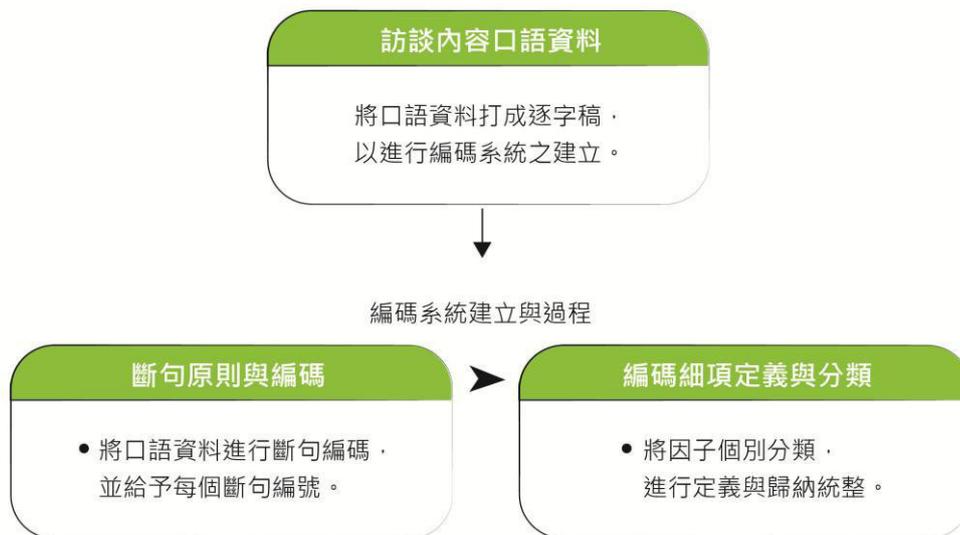


圖 3-2：口語協定分析法分析過程（本研究繪製）

(1) 斷句原則與編碼

本研究利用深度訪談之方法來收集大量的資料，將實驗進行中之受測者的口述過程加以錄音，實驗者在旁錄音並隨時提醒受測者主動思考，適時詢問受測者的感受，而將所獲得的原始口語資料再轉錄為逐字稿，以便進行後續的分析工作，取得訪談資料後，便可以透過對口語的內容來進行分析，理解受測者在認知過程中所釋放出的資訊，予以概念化。再將口語內容轉換為正式的編碼，整個編碼過程是將口語資料依照斷句原則斷句並編碼之後，依據口語內容進行編碼，初步先整理出原始文字資料，省略研究者詢問與提醒的部分，及一些與

實驗內容無關之對話，其餘受測者思考後而得的口語資料即是主要分析內容。

進行分析的第一步驟是將所有文字資料細分成更小單位，稱之為「斷句」(segment)，斷句方式往往根據研究目的或分析需求有不同原則，例如以口語資料中口氣停頓、語調轉折等事件(verbalization events)作為斷句依據(Ericsson, K. A., & Simon, H. A. 1993)，或者以具有完整一致之設計論點為一轉折單位(Goldschmidt, G. 1991)來進行斷句。從口語資料裡面區分每一個斷句，在口語斷句單位分析中，每一斷句須給予一個編號以方便後續的紀錄以及舉例說明時的標注，第一句話開始從 01 開始編號，第二句話編號為 02，依序編號；而斷句編號 A、B、C...則是依使用者來區分，並順序標示號碼，第一位遊客所提及到的第一句話即編碼為 A-01，第二句話則為 A-02...，依此類推，I-01、I-02...，斷句編號整理如表 3-1。其餘詳細完整資料請參考附錄。

表 3-1：斷句編號整理表

斷句編號	口語資料
A-11	增加行走過程中的變化性
A-18	如果在室內逛街逛累或吃完飯可以休息散步
A-23	建議就是他的設計感還不夠好
A-26	其實走久了就會失去那種多元性，感覺不夠有趣
A-27	對阿，比如可以加入不同元素例如植物上的多樣、水的設計更多貫穿他、或燈光效果
A-.....

(2)編碼細項定義與分類

透過先前的文獻整理與分析，環境必須以使用者為中心，因此為探討遊客觀光行為與魅力因子之關聯，本研究將分別針對 13 位遊客進行口語資料編碼分類。將口語資料內容統整分析後歸納為 1.造景及設置物，2.活動，3.周邊景點，4.環境意象，5.魅力因素，6.減分因素 7.期待內容等七項分類。將所得之因子進一步明確定義成編碼的項目，並分別予以歸類。

最後將此七項分類歸納成三個範疇，分別為實質景觀、知覺景觀和未來發

展三個範疇加以討論。因此，將編碼架構整理如表 3-2，以此作為編碼系統。

表 3-2：草悟道遊客訪談之編碼系統

範疇	分類
實質景觀	造景與設置物
	活動
	周邊景點
	環境意象
知覺景觀	魅力因素
	減分因素
未來發展	期待內容

以下內容為斷句編碼後的口語資料：

1. 造景及設置物

意指遊客在使用草悟道時，對於綠色植栽、水幕、水流、噴霧、鋪面、街道家具、裝置藝術、路燈、步道、坡道等的使用情況與評價因素。例如：

- 噴霧夏天涼爽、冬天夢幻。(受測者 A-斷句編號 16)
- 比如像鋪面整條看起來都一樣，座椅也是，就很多重複性的元素一直存在，其實走久了就會失去那種多元性(鋪面、街道家具)，感覺不夠有趣。(受測者 A-斷句編號 25)

2. 活動

意指遊客對於草悟道舉辦之活動，如街頭藝人、流浪狗認養、爵士音樂節、流動攤販、展覽、創意市集、休閒活動、運動、遛狗等的參與狀況及使用情形與評價內容。例如：

- 每個星期日都有流浪狗的認養攤位，順便去看一下狗。(受測者 B-斷句編號 06)
- 因為她有坡道的關係所以有時候會有人騎腳踏車上去。(受測者 B-斷句編號 25)

3. 周邊景點

意指遊客對於草悟道周邊的景點，如商家、誠品書局、勤美術館、科博館、美術館、市民廣場、餐廳、停車場、旅客中心、NOVA、特色名產等的評價與具備的吸引力為何。例如：

- 有時候是去逛街和看展覽。(受測者D-斷句編號03)
- 像勤美誠品或是琴美術館的展覽會比較容易吸引去那邊觀光的人。(受測者 D-斷句編號24)

4.環境意象

意指遊客對草悟道營造的環境意象，而引起的注意力及興趣，如氛圍營造、地理環境、燈光效果、人潮聚集。例如：

- 所以我覺得室外空間像草悟道還不錯。(受測者C-斷句編號39)
- 聚集在那邊的人都是同樣性質比較多，都是想放鬆。(受測者C-斷句編號41)

魅力因素：

意指遊客對草悟道的魅力因素，如景觀綠化、安全感、休憩完善、商家型態、藝術氣氛、文化氣息、休閒感、動線佳、人群、自在感、新鮮感、景點豐富、規劃完善、遮蔭佳、機能完備、人文素質、環境整潔、活動易親近等因素的評價。例如：

- 散步的動線比起一般人行道好很多。(受測者C-斷句編號13)
- 我可能會說是一個比較輕鬆又有一些小的藝文活動的地方。(受測者C-斷句編號33)

減分因素：

意指遊客對草悟道印象不佳的減分因素，如元素單調、步行危險、燈光昏暗、不安心感(步道上有人騎腳踏車、玩滑板)、街道家具設計不良、規劃不足、通用設計不足、停車處不足、街道家具不足、周邊施工處。例如：

- 其實有一些階段(段差)沒有做的很明顯，所以偶爾會踩空。(受測者B-斷句編號22)

● 可是他其實有很多一些小巷道或者是向外的連接道路，可是像那一些的話其實到現在都沒有整理。(受測者B-斷句編號43)

期待內容：

意指遊客對草悟道未來期待的內容，如豐富造景、氣氛營造、統整性規劃、無障礙空間、設置物、空間機能劃分、停車功能完善、增加藝文類活動。例如：

● 對阿，比如可以加入不同元素例如植物上的多樣、水的設計更多貫穿他、或燈光效果。(受測者A-斷句編號26)

● 如果可以讓他的空間再更擴散，不侷限在那一條的話。(受測者B-斷句編號45)

(3)編碼過程

整個編碼過程將口語資料依照斷句原則斷句並編碼後，再依據口語內容之紀錄進行編碼，將相關不同層面的口語內容列出來，對受訪者口語內容進行編碼，由於斷句原則是以前一個操作動作完成或語氣轉換時，作為一個口語斷句單位，因此，同一個斷句有可能包含兩個以上的編碼細項，這些細項可能屬於同一種範疇，亦有可能涵蓋兩種或兩種以上範疇；舉受測者之內容為例如下：

覺得街頭藝人很有活力帶來娛樂。(A-15)

受訪者 A 在第 15 句話中將街頭藝人這部分屬於【活動】，又提到很有活力，可編碼為【環境意象】，再提到帶來娛樂，根據編碼系統的定義，即可編碼為【魅力因素】，此斷句內容即包含三個分類兩個範疇。將實際編碼後的斷句、口語內容、編碼細項與範疇列舉來對應所歸類的範疇與分類，以利於後續之分析探討，如表 3-3，其餘完整詳細的編碼結果請參見附錄。

表 3-3：遊客口語資料分析編碼過程表（例）

A.平日遊客：青年男性(學生)								
斷句編號	口語內容	實質景觀				知覺景觀		未來發展
		造景及設置物 1	活動 3	周邊景點 4	環境意象 5	魅力因素 6	減分因素 7	期待建議 8
A1-05	散步		●					
A1-08	散步		●					
A1-10	蠻新的蠻好走的(步道)				●	●		
A1-11	增加行走過程中的變化性					●		
A1-15	街頭藝人覺得很有活力帶來娛樂		●		●	●		
A1-16	噴霧夏天涼爽、冬天夢幻	●			●	●		
A1-18	如果在室內逛街逛累或吃完飯可以休息散步		●					
A1-19	是個還不錯的地點					●		
A1-21	他是一個很難得的都市綠帶，以台中市區來講	●				●		
A1-22	他是一條很長的散步道，也像一個公園般富有休閒性質的戶外空間				●●			
A1-23	建議就是他的設計感還不夠好(重複元素)						●	
A1-24	整條這麼長的路徑上感覺有點單調就是很多重複性的元素在						●	
A1-25	比如像鋪面整條看起來都一樣，座椅也是，就很多重複性的元素一直存在，其實走久了就會失去那種多元性(鋪面、街道家具)，感覺不夠有趣	●					●	
A1-26	對阿，比如可以加入不同元素例如植物上的多樣、水的設計更多貫穿他、或燈光效果	●●			●			●
總計	總斷句數: 26 句	6	4	0	6	6	3	1

3-4 遊客問卷調查

問卷調查是一種對個人行為和態度測量的技術，它的用處在於測量，並能將多數人的想法加以整理，藉由統計技術整理，及相關分析技術來達到了解問題的本質或解決問題的關鍵性要素(阮綠茵 2006)。透過遊客訪談調查的結果與分析來進行問卷調查與驗證，採取 SPSS 統計軟體進行次數分配(frequency distribution)、交叉分析(cross analysis)、kano 二維品質模式歸類，歸類並探討問題之間的相關顯著性，以了解其相關結果，並以統計圖表呈現說明，調查對於草悟道的魅力因子及使用行為之困擾點與對未來期待之觀點的比較與改善建議。

3-4-1 調查目的與方法

相關服務品質滿意度的研究大多試圖找出影響消費者衡量品質的屬性，進而驗證服務品質屬性與消費者滿意間的線性關係。亦即產品品質的強化能增加消費者的滿意度，相對地，產品品質的減弱亦會提高消費者不滿意度。然而，對於某些心理層面的品質而言，當產品已符合消費者的滿意程度，或提供的品質被視為理所當然時，強化該品質項目並不能對滿意度的提升有所影響；相反地，消費者往往會因為某些令人愉悅或驚喜的品質項目之提供或改善，而在滿意度方面有大幅的提升。換言之，品質績效與滿意度之間的關係，未必是線性的關係；不同的品質屬性對滿意度的影響力是不同的 (Anderson & Sullivan,1993)。Kano, Seraku, Takahashi, and Tsuji (1984) 為了改進以往人們較注重「物理層面」而忽略了「心理層面」的品質觀念，以及品質線性假設之缺點，而提出了 Kano 品質模式 (Kano Model) (李志仁 2012)。

原則上，Kano, et al. 的研究是藉由修改 Herzberg, Mausner, and Snyderman (1959) 的激勵-保健理論(Motivation-Hygiene Theory; M-H Theory) 特質所發展的二維 (two-dimensional) 品質模式，其認為一維品質並不能用來解釋使用者的品質概念，品質可從主觀與客觀兩個層面來看：主觀層面指的是消費者的「滿足感」，而客觀層面指的是事物品質本身，是一種「物理性充足狀態」。將此兩

個層面作為縱軸與橫軸，便成為二維的 Kano Model 基本架構 (如圖 3-3)，本研究並藉此模式來了解與利用不同的魅力屬性，以滿足遊客的需求與期望。

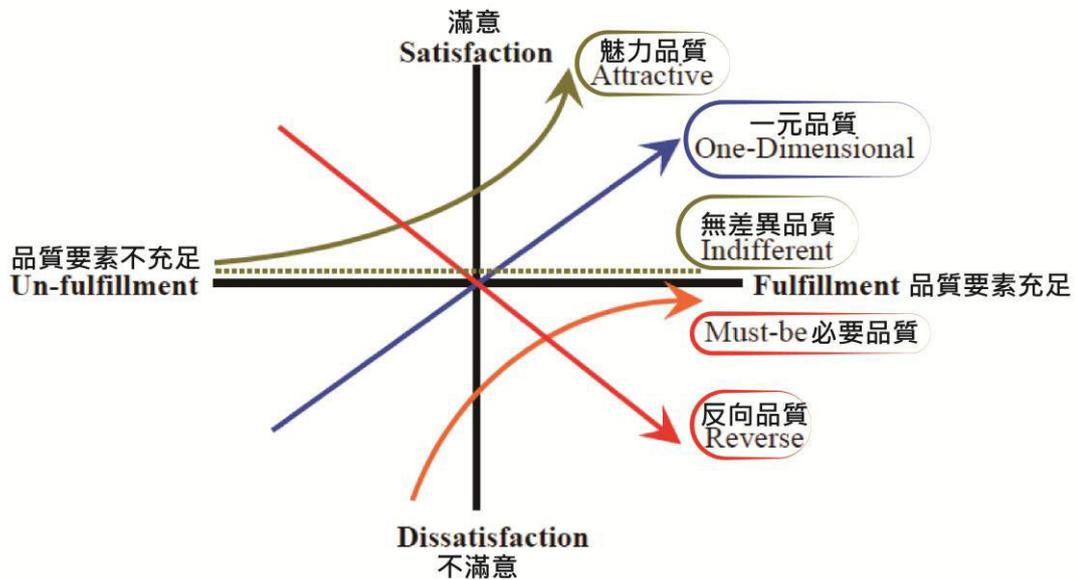


圖 3-3：Kano 品質模式—品質績效與滿意度之關係(本研究重新繪製)

Kano 品質模式之縱軸代表「遊客」的滿意或不滿意，橫軸表示「魅力要素」充足或不充足的程度。利用這兩個座標的相對關係，將魅力要素的具備狀況與遊客滿足感區分為：魅力品質、必要品質、一元品質、無差異品質及反向品質等五種，分別說明如表 3-4：

表 3-4：Kano 品質模式與滿意度之關係(本研究整理)

品質模式	品質條件	滿意度
魅力品質 attractive quality	品質充足	滿意度大幅提昇
	品質不充足	不滿意度不會顯著提昇
必要品質 must-be quality	品質充足	滿意度不會因此提昇
	品質不充足	不滿意度會大幅增加
一元品質(線性品質) one-dimensional quality	品質充足	滿意度隨充足程度的增加，呈現等比例的上升趨勢
	品質不充足	消費者的不滿意度亦隨著不充足程度的增加，呈現等比例的下降趨勢
無差異品質 indifferent quality	品質充足	品質充足或不充足，消費者的「滿意度」皆不受影響
	品質不充足	
反向品質 reverse quality	品質充足	滿意度成等比例下降
	品質不充足	滿意度成等比例上升

運用此品質模式可以有效地評估現有狀況或發展新的方向，以滿足遊客的需求與期待。藉由上述品質的判定，能更清楚不同品質與滿意度之間的關係，找出有效提升遊客滿意度的重要品質項目。而這類品質特性也是用以創造觀光的差異化，及創造競爭優勢的主要因素。

3-4-2 問卷設計與內容

藉由訪談發現可能吸引遊客的魅力因子及可能會遇到的問題與困擾點，整合文獻與訪談中之資料進而彙整成相關之問卷題目，分別對不同族群發放，有效問卷共有 220 份，本問卷調查內容分為三部分，分別為：(一)基本資料(二)魅力因素(三)現況評估。問卷會因調查目的與所預期結果，而發展出不同的問卷設計，其中問卷設計之內容可分為單選與複選題、李克特量表、kano 雙向問卷以下三大方式進行：

1. 單選與複選題

問卷內容中「基本資料」、「魅力因素」此兩部分的主要問卷題型分為單選題與複選題，因而採用不同方式進行統計，單選題以計算全體樣本當中對於該選項的回答率為主，即將「該選項的回答數除以全體有效樣本數」；複選題由於回答數之不同，採用「各選項的回答數除以全體有效樣本數」來得知整體受訪者對該選項之看法，若計算該選項在該題回答數的出現率，則個別將「各選項的回答數除以該題總回答數」如圖 3-4。

單複選題計算方式	
單選題	該選項之回答率 = $\frac{\text{各選項之回答數}}{\text{全體有效樣本數}} \times 100\%$
複選題	1 該選項之回答率 = $\frac{\text{各選項之回答數}}{\text{全體有效樣本數}} \times 100\%$
	2 該選項在該題之出現率 = $\frac{\text{各選項回答數}}{\text{該題總回答數}} \times 100\%$

圖 3-4：單複選題計算方式（本研究繪製）

2. 李克特量表

問卷內容中「重要程度」此部分將以李克特量表（Likert scale）來評估遊客對草悟道使用的主觀評價。李克特量表是屬於「評分加總式量表」的一種，用來測量每位受測者的態度反應(同意程度)，每一個反應都給一個數值，以代表受訪者對該項目的贊同程度，將每位受訪者在這些項目的得分加總，即是受訪者對該題的態度（張紹勳 2004）。

Likert 量表的計分方式以「五點量表」為最常採用之計分方式，例如從 1 代表「非常不同意」，到 5 代表「非常同意」之量表來計分（李志仁 2012），如表 3-4 所示，每位受測者會在一項目中，於五階的評量尺度中勾選一項，進行主觀評選，評選結果能評定受測者對該項目的量表信度之強弱程度。

表 3-5：李克特量表之五點量表

1	2	3	4	5
毫不重要	不重要	普通	重要	很重要

3. Kano 雙向問卷

Kano 品質屬性的分類，最常使用與判讀的是透過 Kano 品質「雙向問卷」的結果來界定。此種品質分類的執行方法，主要由一組「相對的」問題組合而成，一為：當品質特性具備該條件時(意即有此條件時)，消費者的反應為何？另一為：當品質特性不具備該條件時(意即無此條件時)，消費者的反應為何？回答的選項，是由填答者從五個不同的反應選項中勾選其一(如圖 3-5)。

當該項條件要素具備時，您會感到...	當「有此條件」時感到					當「無此條件」時感到				
	喜 歡	理 所 當 然	無 所 謂	能 忍 受	不 喜 歡	喜 歡	理 所 當 然	無 所 謂	能 忍 受	不 喜 歡
喜歡：讓您感到喜歡。 理所當然：您覺得是應該的。 無所謂：您覺得沒有差別。 能接受：雖不喜歡，但還可以忍受。 不喜歡：讓您感到不喜歡。										
範例：草悟道具備足夠的諮詢服務。	✓								✓	
活動										
01.有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動										

圖 3-5：Kano 品質屬性之問卷設計(本研究問卷設計)

在 Kano 品質屬性判定的決策矩陣中(如表 3-5)，以品質「充足」與「不充足」時的感受，交叉配對出五種不同的「品質屬性」(Matzler & Hinterhuber, 1998)。類別「A」代表「魅力品質」，當品質特性具備該條件時消費者相當滿意，但不具備該條件消費者也不會因此而不滿意；類別「O」代表「一元品質」，即品質特性具備該條件時消費者相當滿意，但不具備該條件消費者會因此而不滿

意。類別「M」代表「必要品質」，當品質特性具備該條件時消費者不會因此而滿意，但不具備該條件消費者會極不滿意；類別「I」代表「無差異品質」，不論品質特性是否具備該條件，都不會影響消費者滿意的程度；類別「R」代表「反向品質」，當品質特性具備該條件時反而造成消費者不滿意，但不具備該條件消費者會覺得滿意。類別「Q」代表有問題的結果，可能為紀錄錯誤、消費者填答時不瞭解該問題或圈選錯誤所造成。一般在正常的情形下，消費者回答的結果應該不會落在這個區域。因此，問題比率 (Q-rate) 可作為問卷有效性的衡量指標，Matzler and Hinterhuber (1998) 認為問題比率 (Q-rate) 小於等於 2% 是可被接受的 (李志仁 2012)。

表 3-6：品質屬性判定的決策矩陣 (五乘五) (Matzler & Hinterhuber, 1998)

產品需求		品質不充足				
		喜歡	正如所期望	沒有關係	能忍受的	不喜歡
品質充足	喜歡	Q 矛盾的	A 魅力的	A 魅力的	A 魅力的	O 一元的
	理所當然	R 反向的	I 無差異的	I 無差異的	I 無差異的	M 必要的
	沒有關係	R 反向的	I 無差異的	I 無差異的	I 無差異的	M 必要的
	能忍受的	R 反向的	I 無差異的	I 無差異的	I 無差異的	M 必要的
	不喜歡	R 反向的	R 反向的	R 反向的	R 反向的	Q 矛盾的

在 Kano 品質屬性判定結果採多數決的部分，有其他專家認為，若問卷題項比較深入或比較細節，可能會使消費者評定結果呈現比較分散的狀況，也可能產生比較多的「無差異要素」結果，此時應對歸類時的百分比作一細究，以下列方式來修正 (Berger et al., 1993)：若 $(A+O+M) > (I+R+Q)$ ，則採 (A、O、M) 中最大值，反之則採 (I、R、Q) 中最大值。

由於品質屬性評價的結果只知其評價類型，並未能明確指出品質屬性與滿意度的關係，因此，可透過消費者滿意係數 (customer satisfaction coefficient)，了解「品質充足與否」影響消費者「滿意」或「不滿意」的程度 (Berger et al., 1993)。該係數包含兩部分：提昇滿意係數 (extent of satisfaction) 與消除不滿意係數 (extent of dissatisfaction)。

提昇滿意係數： $CS = (A + O) / (A + O + M + I)$

消除不滿意係數： $DS = (M + O) / (A + O + M + I) \times (-1)$

衡量方式為比較兩者效果的大小，作為後續品質屬性未來設定的目標，意指當「提昇滿意係數」高於「消除不滿意係數」，則應將目標設為如何在此品質屬性上追求更高的顧客滿意；反之，當「消除不滿意係數」高於「提昇滿意係數」，則品質未來的重點應設為如何減少顧客的不滿意。亦可在「品質屬性」不明確時，協助了解「品質充足與否」對於整體消費者「滿意度」的影響 (Sauerwein, Bailom, Matzler, & Hinterhuber, 1996) (李志仁 2012)。

◎引用文獻

中文部分：

1. 王敏順（1988）人造環境對使用者行為影響研究方法之探討，建築學報，卷期 29。
2. Francis T.McAndrew（1995）環境心理學，危芷芬譯，台北市：五南，(原著出版年：1993)。
3. 黃耀榮（2000）環境行為研究方法類比與應用之分析探討，新世代建築學及方法學術研討會，東海大學。
4. 戚樹誠，李俊賢，蔡華華，陳宇芬，（2002），口語協定分析在決策研究上的應用，台灣大學商業科技季刊，第三卷 第一期。
5. 阮綠茵（2006），設計研究方法，台北：全華科技圖書股份有限公司。
6. 李志仁（2012）服務場域與品質知覺之關聯性：以主題餐廳為例，設計學報，卷 17。
7. 張紹勳（2004），研究方法(精華本)，ISBN 986-7777-62-X，pp.135，滄海書局。
8. 曾映霖（2010），以通用設計觀點探討電鍋操作行為之研究，東海大學工業設計學系，碩士論文。

英文部分：

1. Ericsson, K. A., & Simon, H. A.(1993) Protocol Analysis: Verbal Reports As Data. Cambridge, Mass: MIT Press.
2. Goldschmidt, G.（1991），The dialectics of sketching. Creativity Research Journal.4(2): 123-143.

第四章 遊客使用意識調查

4-1 環境實地調查

4-1-1 草悟道的形成與發展

4-1-2 周邊景點及商家型態

4-1-3 設置物

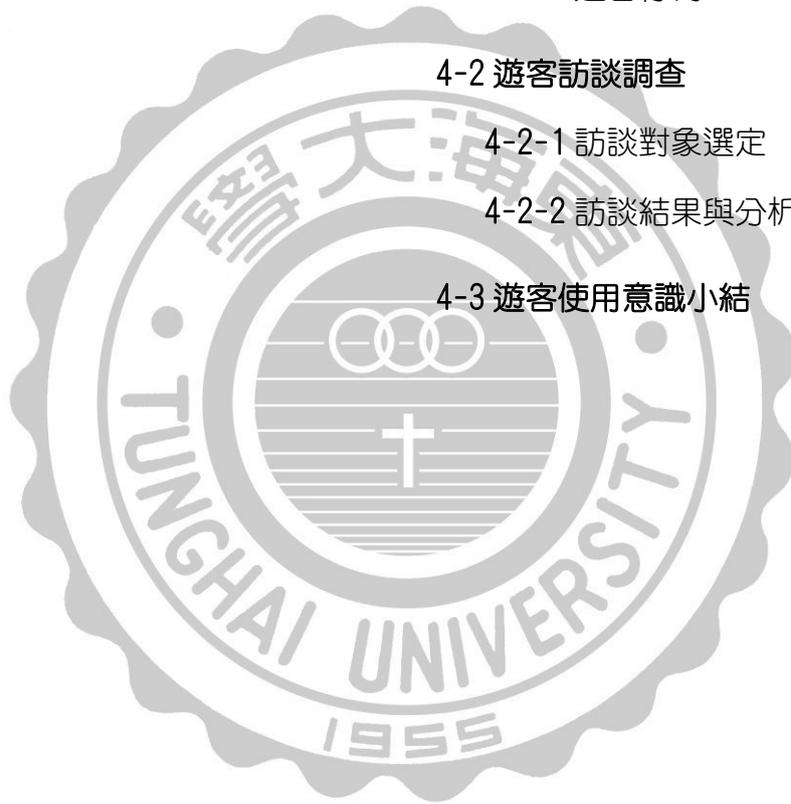
4-1-4 遊客行為

4-2 遊客訪談調查

4-2-1 訪談對象選定

4-2-2 訪談結果與分析

4-3 遊客使用意識小結



第四章 遊客使用意識調查

此章節為本研究調查流程第一步驟，目的為探尋都市中的綠廊道形成、綠色公園、綠園道以至於現在頗負盛名的草悟道之歷史脈絡。並研究草悟道現況發展及都市特色，了解人、環境及物三者的關係。因此調查範圍包含草悟道上的設置物類型及型態、周邊景點、店家類型和遊客的活動及行為等範疇，期待藉由此步驟了解草悟道的過往今來，調查結果將利於整理出下一章節針對遊客訪談時問題的方向性及準確性。

4-1 環境實地調查

4-1-1 草悟道的形成與發展

- 草悟道前身－經國綠園道

經國綠園道的闢設最早係因科博館於七十五年正式開放參觀，國立美術館也相繼於七十七年落成，市府乃欲藉一條林園大道將二處相連接，使形成觀光帶，乃於七十八年台中市建府百週年之際，開闢自科博館經全國飯店至文化中心和國美館，全長一·七公里的林園大道。更在八十四年於中段的公益路旁規劃一處一萬六千多平方公尺的草坪，被稱為市民廣場，成為台中市各界舉辦大型戶外活動的理想地點。後來，又陸續開闢美術館前的二條平行園道、存中街的綠十八園道、中興大學園道、東光園道、雙十園道等，皆各具特色。美術館園道咖啡屋林立，又有一處餵鴿草坪，有如小歐洲。(吳國賓，2002)

- 草悟道形成與發展

用自由和浪漫裝飾街道－Beth Galli 設計者協會會長說明”公共場所開始改造之後，會產生骨牌效應，市民們會希望整個城市就像自己的家一樣被裝飾地美美的”。(金美理、崔寶允，2011)

草悟道是由國立自然科學博物館起頭，一路經市民廣場，銜接至美術園道，到

柳川為底的一條綠色徒步景觀園道。園道沿途有著筆直而濃密的綠樹遮映，大片的青翠綠地與藍天白雲相互呼應，讓人漫步在此，心情為之放鬆。這條綠色的景觀步道，也因此成為熱鬧繁榮的台中市裡，最珍貴的特色景點之一。

草悟道大致可以分成三段，第一段是科博館前的「梵谷藝術廣場」，這裡經由蘇格蘭皇家銀行集團荷蘭銀行認養，展示多幅荷蘭印象派畫家梵谷的作品，為草悟道增添了不少藝術氣息。在梵谷藝術廣場中央，可以看見巨大的立體雕塑聳立，這是由故宮博物院中國古代美術史家楚戈先生所設計的「台中市建府百週年紀念碑」。以草書的「中」字為設計概念，將二度空間的文字轉便成為三度空間的立體雕塑，造型特殊前衛。紀念碑下刻著「允執厥中」，符合中字不偏不倚，無過與不及之意。詩人鄭愁予還在此留下《美自八方來》這首新詩，雕塑與新詩的結合，也替台中增添了些許的浪漫氛圍。

第二段是台中市民休閒運動最佳去處的市民廣場，因為地處中心地帶，加上鄰近為住宅區，因此每到傍晚或是假日，都可以看到許多民眾前往運動散步，成為忙碌的都市生活中，最佳的休閒調劑。除此之外，市民廣場周圍還有許多簡餐店家與咖啡茶坊，來這裡散步遊憩之餘，也可以在這裡品嚐咖啡美食，度過一段優閒的下午時光。特別在假日，廣場內還會舉辦如貓狗的愛心認養活動，也替市民廣場增添了些許的溫馨感。除此之外，市民廣場也是台中市爵士音樂節的舉辦地點。舉辦多屆的爵士音樂節已經成為台中市一年一度的盛會，在政府單位與民間企業的合作下，邀請國內外的知名爵士樂手與樂團前來演出，結合公共空間與藝文休閒場所，發起週邊配合活動，為台中市注入更多的活力，也讓草悟道成為這年度盛會的新亮點！

第三段則是延伸至國立美術館後的美術園道，濃濃的人文與藝術氣息是美術園道的最大魅力所在。漫步在園道裡，沿途隨處可見各種藝術造景的特色雕塑品，因為造型特殊引人注目，因此這裡也成為民眾前往攝影取景、甚至拍攝婚紗照的最好去處。除了園道本身的特色雕塑藝術品外，園道兩側也有許多富有特色的店家，包含中式、法式、泰式、美式、意式及中東風情，優雅的景致搭配上多國美食與風格建築，讓整條園道處處充滿驚喜，無處不令人驚艷！這種貼近自然、品味藝術的悠

閒生活態度，正是草悟道帶給民眾最好的禮物。邀請您來到台中親自走一趟草悟道，感受它各個面貌的不同魅力！（台中市政府，2012）

4-1-2 周邊景點及商家型態

觀察草悟道上的商家型態，可區分為「臨時性攤販」、「周邊商家」及「大型景點」等三類，分別為：

- (1) 臨時性攤販：街頭藝人、藝品、小吃
- (2) 周邊商家：服飾店、餐飲店、廠商、藝品店、美容美髮、金融業、補習班、園藝店
- (3) 大型景點：勤美誠品、勤美術館、范特喜微型創意店、市民廣場

以下將以詳細的照片與圖說分析草悟道的周邊景點及商家型態：

(1) 臨時性攤販：

在平日及假日的午後，草悟道上常有臨時性的攤販吸引人潮的聚集，為長廊型的草悟道增添許多活潑熱鬧的氣氛。街頭藝人主要以音樂、魔術、繪畫表演為主（圖 4-2、4-3），其他包含摺汽球（圖 4-1）、造型氣球（圖 4-2）等娛樂型攤販；販售冰淇淋、滷味等小吃型攤販及販售布作藝品（圖 4-5、4-6）的攤販。



圖 4-1：街頭藝人表演摺氣球。



圖 4-2：街頭藝人表演。



圖 4-3：街頭藝人表演。



圖 4-4：販售氣球的流動攤販。



圖 4-5：販售藝品的流動攤販。



圖 4-6：販售小吃的流動攤販。

(2) 周邊商家：

台灣大道至公益路段的草悟道兩旁及巷弄內總計有 63 間商家，其中以「服飾店」(19 家，30.2%)及「餐飲店」(17 家，17%)為主，其他如廠商(7 家)、藝品店(6 家)、美容美髮(5 家)、金融業(3 家)、周邊景點(3 家)、補習班(2 家)、其他(1 家)（商家分布圖如 4-7）。在館前路一端的區域多為大型景點，店面商家則集中在勤美誠品的一樓，以餐飲業為主，各店家紛紛於不同節日妝點店面，期待草悟道上如織的遊客造訪，且多有室外的桌椅供遊客在享用美食的同時，也享受到綠意盎然的草悟道氛圍。而中興街一端的店家則以服飾店為主要的商家類型，在狹小的巷弄內，使出渾身解數布置櫥窗，令遊客造訪時目不暇給。



圖 4-7：草悟道商家型態分布圖 (2013.11)

(3) 大型景點：

而兩旁景點包含勤美誠品（圖 4-8、4-9）、勤美術館（圖 4-10）、范特喜微型創意店（圖 4-11）、市民廣場等都是遊客來到草悟道逛街的主要目的，至於錯落在草悟道巷弄之間的餐廳及特色商家，是遊客造訪時需要深入巷弄內探尋的驚喜。



圖 4-8：勤美誠品 1F 草悟道旁餐廳。



圖 4-9：勤美誠品。



圖 4-10：勤美術館。



圖 4-11：范特喜微型創意店。

4-1-3 設置物

調查目前在草悟道上的設置物可依其屬性分為五大類，共 16 種設施，依序為：

- (1) 照明設施：長椅底部線狀照明、直立型路燈、地嵌式球型照明、情境燈
- (2) 休憩設施：長椅、吧檯
- (3) 資訊設施：地嵌式地名資訊圖、互動導覽旅遊資訊版、直立式導覽地圖
- (4) 景觀設施：公共藝術、植栽、步道鋪面、親水設施
- (5) 功能性設施：垃圾桶、收費停車格、腳踏車停車架

以下將以詳細的照片與圖說分析草悟道設置物的型態與使用狀況：

(1) 照明設施

草悟道上的照明設施分為「長椅底部線狀照明」、「直立型路燈」、「地嵌式球型照明」及「情境燈」。「長椅底部線狀照明」主要設置於長型座椅下方位置，在夜間可有效辨識座椅位置，亦可防止被長椅絆倒的意外發生，視覺上與草悟道線性特質相呼應，呈現出律動的氛圍（圖 4-12）。而「直立型路燈」平均間隔約 5m 建置於草悟道兩旁，材質以金屬為主，曲線的造型似豆芽般，為人工營造出的空間增添有機造型的元素（圖 4-13）。「地嵌式球型照明」位於草悟道的音符之丘，以嵌入式光源為夜間行走於草地上的遊客提供照明，能在提供功能性的同時，不佔體積的隱身於空間之中（圖 4-14）。另外，「情境燈」有「草悟道」字樣及在木板上投影出樹影兩種，皆能為草悟道的夜晚妝點浪漫的氣氛（圖 4-15）。



圖 4-12：長椅底部線狀照明。

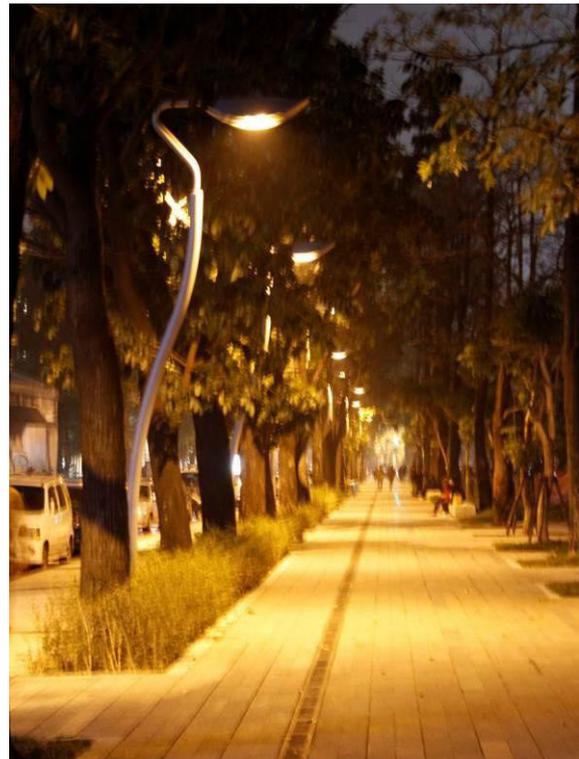


圖 4-13：直立式路燈。



圖 4-14：地嵌式球型照明。



圖 4-15：情境燈。

(2) 休憩設施

草悟道上的休憩設施包含「吧檯」及「長椅」兩種型態，吧檯式座椅提供桌面及投影燈的照明，白天桌面的高度提供遊客背對桌面時腰部的支撐，夜間遊客多於吧檯上進行閱讀及用餐（圖 4-16）。而「長椅」的材質以石造硬質為主，由於椅子長度適合三兩好友或單獨前往草悟道的遊客自由選擇乘坐的距離，因此在遊客的使用度上廣受喜愛（圖 4-17）。



圖 4-16：休憩設施—吧檯式。



圖 4-17：休憩設施—長椅式。

(3) 資訊設施

資訊設施包含「地嵌式地名資訊圖」、「互動導覽旅遊資訊版」、「直立式導覽地圖」。「地嵌式地名資訊圖」由於嵌在草悟道的地面上，對於站在遠方的遊客不容易

發現，導致功能無法彰顯（圖 4-18）。而「互動導覽旅遊資訊版」位於草悟道的水韻廣場，是最多遊客會使用的觀光資訊站，常見遊客站立於資訊站前尋找旅遊的相關資訊，並藉此了解草悟道的重點特色（圖 4-19）。另外「直立式導覽地圖」設置於草悟道兩旁，提供遊客清楚自身位於草悟道上的相關位置（圖 4-20）。



圖 4-18：地嵌式地名資訊圖。



圖 4-19：互動導覽旅遊資訊版。



圖 4-20：直立式導覽地圖。

(4) 景觀設施

景觀設施包含「公共藝術」、「植栽」、「步道鋪面」及「水的設施」。其中「植栽」包含喬木、灌木及草皮。樹種主要為大葉桃花心木（*Swietenia macrophylla*）及黑板樹（*Alstonia scholaris*），中間穿插種植羊蹄甲（*Bauhinia variegata*），及零星的鳳凰

木 (*Delonix regia*)、火焰木 (*Spathodea campanulata*)、小葉欖仁 (*Terminalia mantalyi*) 及美人樹 (*Chorisia speciosa*) 不同的樹種具有不同的景觀意象，在四季變換之際，也為草悟道增添豐富的景觀特色，讓都市中忙碌緊湊的人們漫步於此有放鬆及舒緩壓力的感受 (圖 4-21、4-22)。



圖 4-21：草悟道上的綠化植栽。



圖 4-22：草悟道上的綠化植栽。

本研究範圍長約 462.4m，其鋪面設計是以不同明度的灰階為主要色調的硬質鋪面，以長形及韻律的方式排列，企圖於草悟道上營造出活潑、律動的氛圍 (圖 2-23)。其中位於音符之丘具有緩坡的鋪面設計，提供遊客運動及近距離親近公共藝術—允執厥中雕塑 (圖 2-24)。



圖 4-23：草悟道鋪面。



圖 4-24：草悟道鋪面。

在梵谷藝術廣場中央的公共藝術是由故宮博物院中國古代美術史家楚戈先生所設計的「台中市建府百週年紀念碑」，其設計概念是將草書的「中」字轉變成為三度空間的立體雕塑（圖 4-25），下方的紀念碑下刻著「允執厥中」（圖 4-26）。詩人鄭愁予還在此留下《美自八方來》這首新詩，為草悟道帶出了精神力的展現，呈現出浪漫、藝術的氛圍。



圖 4-25：公共藝術。



圖 4-26：允執厥中字牌。

草悟道上「親水設施」設置於行草之舞的水幕水景，採時間性啟動，主要目的為隔絕草悟道兩旁車輛的噪音，夜晚還搭配 LED 燈不同的燈光效果，營造出寧靜、自然的空間供遊客盡情的放鬆漫步於此，別有一番風味（圖 4-27、4-28）。



圖 4-27：水的幕簾。



圖 4-28：水的幕簾。

(5) 機能性設施

機能性設施分類為「腳踏車停車架」、「收費停車格」及「垃圾桶」。「腳踏車停車架」以不鏽鋼曲線製成，在假日常會有滿停的狀況（圖 4-29）。另外「收費停車格」由於沒有明顯劃分出車輛的大小位置，常見遊客將機車違規停放於停車格上，造成開車的遊客使用不便（圖 4-30）。而「垃圾桶」設置於草悟道兩旁，9 個垃圾桶中其中 5 個只有一般垃圾，另外 4 個一般垃圾桶旁配置有臨時設置式的分類垃圾桶（如圖 4-31），臨時設置的分類垃圾桶主要分布於靠近公益路口人潮較集中之處，但常有未裝置垃圾袋的狀況，亦容易因天候或人為因素使垃圾袋破裂，造成衛生及美觀度不佳等問題。



圖 4-29：腳踏車停車架。



圖 4-30：收費停車格。



圖 4-31：草悟道上的垃圾桶。

4-1-4 遊客行為

假日及平日午後來到草悟道的遊客絡繹不絕，多為三兩好友、親子、情侶等關係之遊客，各從事不同的行為活動，而本研究經過觀察分析及歸納後將多數遊客的行為分類為三大類，分別為：

- (1) 參與當地特色景點及活動：欣賞街頭藝人、逛街(誠品、勤美術館、范特喜微型

創意店)、用餐、流浪狗認養、爵士音樂節等季節性活動。

(2) 運動行為：散步、跑步、騎腳踏車、競技單車

(3) 休閒行為：聊天、遛狗、休憩

以下將以詳細的圖文對照來說明草悟道遊客的行為：

(1) 參與當地特色景點及活動

參與當地特色景點及活動分類為「逛街」、「用餐」、「流浪狗認養」、「街頭藝人的欣賞」、「爵士音樂節」、「創意藝術市集」及「其他季節性活動」等。在平日及假日的午後，常見魔術表演、音樂演奏、繪畫表演藝術等不同類型的街頭藝人於草悟道進行表演活動，遊客多聚集於附近長條型休憩座椅或階梯處乘坐欣賞（圖 4-32、圖 4-33），為草悟道帶來熱絡的街頭氣氛。



圖 4-32：遊客欣賞街頭藝人的表演。



圖 4-33：遊客欣賞街頭藝人的表演。

另外草悟道兩旁眾多的景點，如誠品書局（圖 4-34）、勤美術館、市民廣場（圖 4-35）、范特喜微型創意店等景點亦吸引大量遊客前往造訪，勤美術館更是經常性地舉辦定期展覽和演講，將此地打造成藝文的發散中心。豐富的周邊景點依市民所需，提供教育、藝術、餐飲、休閒等不同面向的選擇，每到假日人潮便蜂擁而至，使草悟道成為一條貫穿台中市特色景點的綠色廊道。除了周邊景點外，草悟道於每個周末舉辦流浪狗認養的活動，每月的第三個星期六舉辦創意藝術市集（圖 4-37），並於每年的十月份舉辦一年一度的爵士音樂節（圖 4-36）。眾多活動不斷在草悟道上演，

為台中市帶來活力與生命力。



圖 4-34：草悟道旁的誠品。



圖 4-35：市民廣場的遊客。



圖 4-36：爵士音樂節(2013.2.18)。



圖 4-37：創意藝術市集(2013.3.16)。

(2) 運動行為：

運動行為分類為「散步」、「跑步」、「騎腳踏車」、「滑板」及「競技單車」。觀察多數的遊客多散步於草悟道平坦處（圖 4-38、4-39）。跑步及騎腳踏車則圍繞在兩旁的專屬人行道（圖 4-40），以避免與中央的人群發生搶道的狀況，但有時音符之丘的緩坡也成為騎腳踏車使用者的趣味型路線。而在草悟道上進行滑板活動的使用者，多利用長型座椅成為私人的練習道具，嚴重影響遊客的使用安全。另外競技單車常佔據草悟道接近台灣大道處的廣場，雖有其他遊客圍觀但也成為草悟道安全的隱憂（圖 4-41）。



圖 4-38：親子散步。



圖 4-39：遊客於草悟道上漫步。

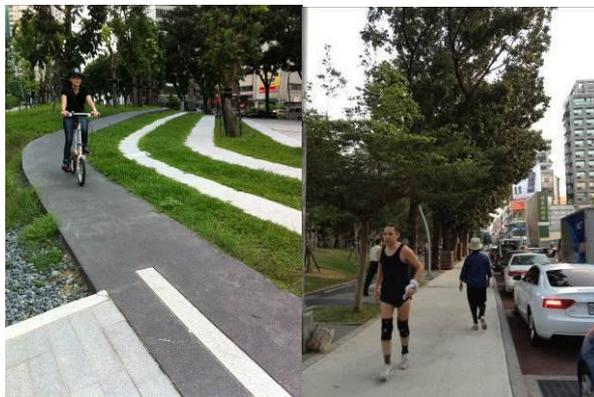


圖 4-40：騎腳踏車、慢跑。



圖 4-41：競技單車。

(3) 休閒行為：

休閒行為分類為「聊天」、「休憩」及「遛狗」。許多遊客受到人群聚集的吸引力影響，會停留在吧檯式座椅的周邊（圖 4-42），也特別喜歡於階梯上聊天、用餐、閱讀、玩手機（圖 4-43、4-44），甚至坐著的遊客除了欣賞草悟道上的動態活動，也有喜歡觀察環境、觀察人群等多元的行為產生（圖 4-45）。由於草悟道是都市中難得的綠地，在午後及周末便出現許多附近居民及遊客帶著寵物來到此地共遊（圖 4-46），除了貓狗之外，偶爾可見有特殊寵物類型如：大型蜥蜴、貂等，吸引不少其他遊客的目光。飼主們便於此機會交流分享養寵物的心得和經驗談，寵物們更是打打鬧鬧的在草悟道上嬉鬧、翻滾，為草悟道的景緻增添豐富的趣味性（圖 4-47）。



圖 4-42：午後坐在草悟道階梯上休憩。



圖 4-43：閱讀、聊天。



圖 4-44：遊客坐在草地上休憩。



圖 4-45：遊客於吧檯型長椅觀察人群。



圖 4-46：遊客於草悟道上遛狗。



圖 4-47：飼主讓狗兒們自在草悟道上嬉耍、奔跑。

4-2 遊客訪談調查

本章節將先透過對草悟道遊客訪談調查與相關現有文獻調查，掌握遊客對於草悟道之使用性與魅力因素的認知，並整理相關因子，進而分析與探討，同時作為下階段問卷之參考依據。

4-2-1 訪談對象選定

訪談對象之樣本選取，針對有去過草悟道經驗之遊客，並願意接受與配合訪問的遊客為主；訪談對象總計 13 位遊客來進行訪談，其中男性 8 位，女性 5 位。年齡多分布於學生到上班族之間 20-30 歲年輕人，去過草悟道次數為：10 次以上佔 8 位，5-10 次佔 4 位，1-5 次佔 1 位；而職業狀況為：學生佔 5 位，上班族佔 6 位，家庭主婦佔 1 位，自由業佔 1 位，透過遊客之訪談以獲得更有效的調查結果與數據。資料整理如表 4-1。

表 4-1：遊客訪談案例基本資料(本研究整理)。

個案	性別	年齡	去草悟道次數	職業
A	男	25	5-10 次	學生
B	男	27	10 次以上	上班族
C	女	23	10 次以上	學生
D	男	24	10 次以上	學生
E	男	25	10 次以上	學生
F	女	25	10 次以上	學生
G	男	43	1-5 次	上班族
H	男	27	10 次以上	上班族
I	男	28	5-10 次	自由業
J	男	40	5-10 次	上班族
K	女	36	5-10 次	上班族
L	女	56	10 次以上	家庭主婦
M	女	56	10 次以上	上班族

4-2-2 訪談結果與分析

此部分利用口語協定分析法分析比較其編碼結果，並依照遊客訪談調查中所歸納整理之相關範疇與分類因子，根據所得將分類為「實質景觀」、「知覺景觀」、「未來發展」來進行編碼討論與分析。以下將從『編碼討論結果』、『實質景觀範疇之探討』、『知覺景觀範疇之探討』、『未來發展與建議之探討』四方面之相關結果說明如下。

1. 編碼討論結果

從口語資料中根據先前所建立的編碼系統進行編碼，得到的結果敘述如下。比較各分類之斷句數目總合，表 4-2 統計出各受測者之斷句數目，將每位的斷句數加總起來並依其分類依序歸納比較：

表 4-2：遊客訪談編碼總斷句數比較(本研究整理)

	實質景觀				知覺景觀		未來發展
	造景及設置物	活動	周邊景點	環境意象	魅力因素	減分因素	期待內容
A	6	4	0	6	6	3	1
B	5	5	4	5	14	6	4
C	3	9	2	4	21	4	7
D	0	13	7	0	9	2	2
E	1	14	6	1	8	4	1
F	7	6	3	4	11	5	4
G	3	3	2	2	7	6	1
H	3	6	6	3	6	5	2
I	8	4	9	4	14	2	0
J	1	7	7	5	18	1	0
K	2	10	8	2	8	2	0
L	1	11	1	3	31	3	0
M	3	5	0	0	11	0	3
sum	43	97	55	39	165	43	23
Sum	234				208		23
Total	465						

由數據可明顯看出，在『魅力因素』與『活動』的總斷句數目較多；魅力因素佔 165 句，活動佔 97 句，周邊景點佔 55 句，減分因素佔 43 句，造景及設置物佔 43 句，環境意象佔 39 句，期待內容則較少，佔 23 句；遊客對於魅力因素的評價明顯高於減分因素，顯示出訪談的遊客有近八成對草悟道有正向評價。另外在草悟道上舉辦的活動每晚皆有街頭藝人，且周末常舉辦小型活動，是能讓遊客深刻體驗到的部分，因此在實質景觀的範疇裡對於活動的描述較多；而草悟道周邊擁有不同類型的景點，能滿足不同族群與目的的遊客，因此對於周邊景點的描述僅次於活動。

最後在實質景觀及知覺景觀的總數差異不大即代表，草悟道上造景及設置物、活動、周邊景點及環境意象等內容帶給遊客豐富體驗的知覺感受，所以在訪談過程中可見遊客對於實質及知覺兩大部分皆有相當比例的描述。

2. 實質景觀範疇之探討

藉由遊客訪談調查中得到相關範疇與因子歸類後，將其分為三大範疇；如表 4-3 分別為「實質景觀」、「知覺景觀」和「未來發展」三方面，其中「實質景觀」可再分成(1)造景及設置物(2)活動(3)周邊景點(4)環境意象等四大類分別探討如下。

(1) 造景及設置物

遊客認為草悟道是在都市中難得的綠帶，樹木形成的林蔭提供炎炎夏日乘涼、避暑的地方。而遊客也認為市民廣場在都市中有此類形態大片草地可供休憩、野餐、遛狗等休閒活動是很迷人的。對於草悟道上噴霧裝置具有消暑及氣氛營造之功能表達認同，但其他關於水的設置物及造景較少提及，顯示此類水的設置尚未獲得青睞。而在草悟道鋪面的部份，遊客認為高低起伏的設計能增添變化度，並不會造成正常人行走上的困擾，唯須考量到行動不便者的安全顧慮。街道家具的部分多認為目前設置的數量足夠，在型態方面認為長條狀的設計可以滿足多人共同使用的功能，但座椅尾端漸變至地面的設計反而容易造成意外。裝置藝術「允執厥中」的部分遊客則認為增加草悟道的藝術氣氛及代表性。另外設置於草悟道中段的「遊客互動導覽資訊站」，目前為故障狀態，因而降低遊客對此的印象與評價。

(2) 活動

來到草悟道上的遊客多以散步、運動及遛狗為目的，認為在草悟道的步行空間中行走是吸引人的。對於每日午後及傍晚的街頭藝人表演均表達肯定與支持，認為能增添空間中的活潑度。而定期舉辦的展覽活動亦成為吸引遊客不斷前來的重要魅力，認為依時間變化不同主題的展覽內容，能為其帶來期待與驚喜。在定期舉辦的活動中，如每周末的流浪狗認養及每年舉辦的爵士音樂節均能吸引一般大眾前來草悟道同樂，也是容易參與及親近的活動。由於頻繁且受歡迎的大小活動在草悟道上不斷上演，因此遊客對於活動的描述比例也相對最高。

(3) 周邊景點

草悟道沿途有許多不同類型的景點，如商場型態的誠品書局、NOVA；具教育性質的植物園、自然科學博物館、勤美術館、國立美術館；具文化創意特色的范特喜微型創意店；大型的綠地空間：市民廣場及各富異國風趣的餐廳。遊客多為商場型態的商家前來，也因草悟道串起各種不同機能的景點，使得遊客來到此地可滿足不同需求而停留數個小時。

(4) 環境意象

遊客均認為草悟道是都市中難得擁有綠意盎然的空間。在氛圍營造的部分達到休閒、藝術的氣氛，能為都市裡忙碌的生活空間留下些許空白。而聚集在草悟道上人群的氣質則為此步行空間帶來放鬆及友善的感染力。

3. 知覺景觀範疇之探討

而「知覺景觀」則分成(1)魅力因素(2)減分因素等二大類，分別探討如下：

(1) 魅力因素

遊客認為草悟道吸引人的魅力在於具有休閒感、安全感、自在感、新鮮感及藝術人文的氣息，其中休閒感主因為人群散發出的氛圍及景觀綠化、遮蔭性使遊客心情隨之放鬆。安全感及自在感則因此步行空間人車分道，較能安心行走於步道上，其一因素為聚集在草悟道上的其他遊客氣質友善，令人感到活動於此安全無虞。而

新鮮感來自於草悟道上依時間、季節變化的多樣性活動，諸如公益性活動(流浪狗認養)、社會性活動(反核遊行、同志遊行)、藝文性活動(街頭藝人、爵士音樂節)及同樂性活動(千人植栽、千人彩繪風車)等，及其豐富的周邊景點，讓遊客能針對不同需求做選擇，也因此多數人認為此地是具有魅力的。

(2) 減分因素

遊客認為草悟道印象減分之主因為規劃及設備不足，提出停車處距離草悟道太遠、夜間燈光昏暗，容易造成行走時意外等減分因素。在鋪面部分有多處起伏，並無考量到無障礙設計，使行動不便者及高齡者很難單獨活動於草悟道。其次為假日人潮太多，有擁擠感。及遊客認為常有騎 BMX 腳踏車及玩滑板的使用者佔用草悟道空間及公共座椅，高速的動態活動會造成其他遊客有不安心感。另外草悟道上的設計元素重複性過高，例如鋪面材質與公共座椅設計元素單調，行走於此空間時易感到元素重複而缺乏多元性。

4. 未來發展與建議之探討

經由歸納分析後發現，草悟道活動及周邊景點多元，具有豐富吸引遊客的魅力。但對於草悟道仍有些未來期待，依據遊客訪談內容的描述中，歸納出四大內容為「整體性的規劃」、「增加設置物及設施」、「豐富元素」、「增加藝文類活動」四大類並說明如下：

(1) 整體性的規劃

草悟道長達 3.6 公里，中段有部分尚未進行一致性的規劃，造成遊客誤以為草悟道僅至市民廣場，後端則像一般公園。另一期待為草悟道周邊之像弄宜擴大規劃範圍，增加其不同訴求街區形成獨特之魅力。而長條形的空間則應分段進行空間機能的劃分，讓草悟道每一段皆有所屬的功能性，活絡整體空間並分散人潮。

(2) 增加設置物及設施

遊客認為應增設停車空間，且需鄰近目前周邊景點最為豐富的草悟道中段。並應注意到草悟道上無障礙空間的設計，確保任何族群的遊客來此觀光皆能無障礙的使用空間設施。

(3) 豐富元素

遊客認為草悟道整體的規劃可依不同區段作劃分，設計系列的元素，豐富行走於長型綠帶上時的感官體驗。另外造景應多增加綠色植物的層次，使草悟道上的生態更為多樣化。

(4) 增加藝文類活動

如目前的爵士音樂節，每到活動時皆吸引大量的外縣市甚至是外國遊客前來共襄盛舉。多舉辦一般民眾可輕鬆參與同樂的大型藝文類活動，也是能提升草悟道魅力的方式之一。

表 4-3：遊客訪談編碼系統(本研究整理)

範疇	分類	因子
實質 景觀	造景及 設置物	綠色植栽、水幕、水流、噴霧、鋪面、街道家具、裝置藝術、路燈、步道、坡道
	活動	街頭藝人、流浪狗認養、爵士音樂節、流動攤販、展覽、創意市集、休閒活動、運動、遛狗
	周邊 景點	商家、誠品書局、勤美術館、科博館、美術館、市民廣場、餐廳、停車場、旅客中心、NOVA、特色名產
	環境 意象	氛圍營造、地理環境、燈光效果、人潮聚集
知覺 景觀	魅力 因素	景觀綠化、安全感、休憩完善、商家型態、藝術氣氛、文化氣息、休閒感、動線佳、人群、自在感、新鮮感、景點豐富、規劃完善、遮蔭佳、機能完備、人文素質、環境整潔、活動易親近
	減分 因素	元素單調、步行危險、燈光昏暗、不安心感(步道上有人騎腳踏車、玩滑板)、街道家具設計不良、規劃不足、通用設計不足、停車處不足、街道家具不足、周邊施工處
未來 發展	期待 內容	豐富造景、氣氛營造(燈光、)、統整性規劃、無障礙空間、設置物(垃圾桶、) 空間機能劃分、停車功能完善、增加藝文類活動

4-3 遊客使用意識小結

藉由訪談調查之分析歸納，瞭解遊客對草悟道的魅力因子及減分因子。整體來說，遊客對於草悟道的現況表達滿意，尤其是休閒感、自在感等氛圍的營造，多數受訪者表達認同並享受其中。其次為規劃完善、休憩完善、動線佳等部分，認為從綠園道重新規劃成草悟道後，整體空間之運用大幅提升，也吸引更多遊客前來休憩。再者於都市中能有此綠意盎然、享受休閒的步行空間供大眾緩解都市中忙碌的生活，是多數受訪者深受其吸引之因素。

從上述遊客訪談調查後，亦從中得知遊客在草悟道上的使用情形與問題點，主要為停車場數量不足或停車場位置離草悟道距離過遠而感到困擾，其次認為草悟道並無規劃完善的無障礙設計，擔憂行動不便或年邁者在使用時容易造成意外。另期待未來規劃時多增加其設計元素，豐富草悟道的層次與行走時的驚喜感。最後歸納出「造景及設置物」、「活動」、「周邊景點」、「環境意象」四方面進行調查，且透過彙整之減分因素為依據來進行下階段分析與進一步之討論。

◎ 引用文獻

1. 吳國賓（2002）遊客對都市綠園道設施的使用滿意度之研究－以台中市經國綠園道為例。逢甲大學土地管理學系碩士班，碩士論文。
2. 金美理、崔寶允（2011）魅力都市心設計-建築再造與空間規劃的完美展現，台北：碩博。
3. 台中市政府（2013）草悟道專頁 <http://www.calligraphygreenway.org.tw/about.php>。

第五章 問卷整理分析

5-1 樣本特徵調查

5-1-1 受訪者基本資料

5-1-2 受訪者經驗與偏好

5-2 Kano 雙向問卷分析

5-2-1.問卷信效度分析

5-2-2 項目屬性分類

5-3 綜合因素評價分析

5-3-1 重要程度評價

5-3-2 魅力與減分因素

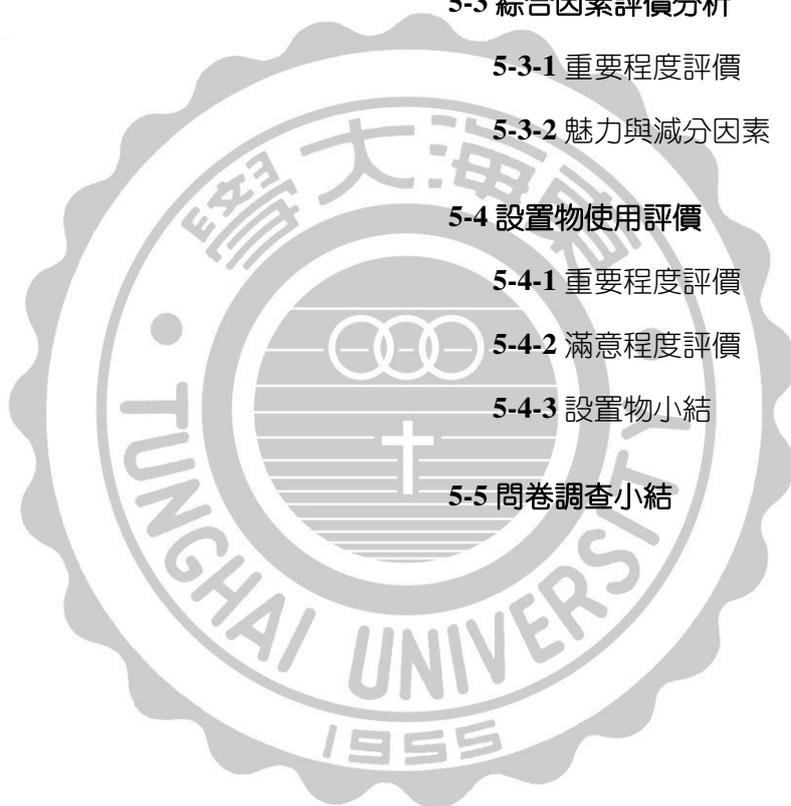
5-4 設置物使用評價

5-4-1 重要程度評價

5-4-2 滿意程度評價

5-4-3 設置物小結

5-5 問卷調查小結



第五章 問卷整理分析

根據實地調查與訪談的結果，將影響遊客對於草悟道之因素作為問卷調查之基礎，藉此進行更深入之調查與探討，並瞭解遊客對於草悟道的活動、周邊景點、環境意象、造景及設置物等面向的吸引力與評價，並找出遊客使用草悟道之困擾點與對未來的期待。問卷調查部分，有現場及網路問卷兩種方式，總共發放 226 份，並回收 220 份有效問卷，針對有到過草悟道的遊客為主要對象，從問卷內容中來進行分析與比較。以下將分別針對受訪者基本資料、經驗與偏好、Kano 雙向問卷及重要度進行分析比較及討論。

5-1 樣本特徵調查

5-1-1 受訪者基本資料

(1) 性別

由 220 位受訪遊客的性別組成中，男性為 97 人(44%)，女性為 123 人(56%)。

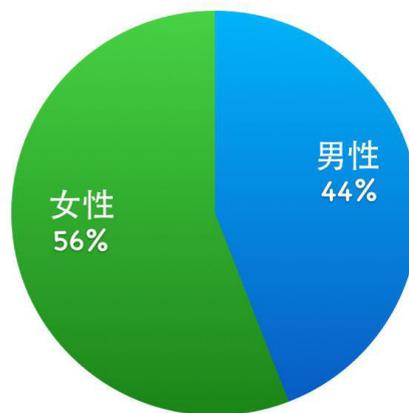


圖 5-1：遊客性別比例(本研究繪製)

(2) 年齡

本研究參考人類學書籍與國內法規將年齡層分為 5 大階段，依序為：17 歲以下(少年)、18~24 歲(青年)、25~44 歲(壯年)、45~64 歲(中年)(James,W.,2008)與 65 歲以上(老年)(中華民國內政部社會司)。由圖 5-2 可顯示在年齡層分布中以「青年」(18~24 歲)最多，占有 112 人(51%)，其次為「壯年」(25~44 歲)，占有 92 人(42%)，老年族群樣本數則為 0 人(圖 5-2 不列出)。

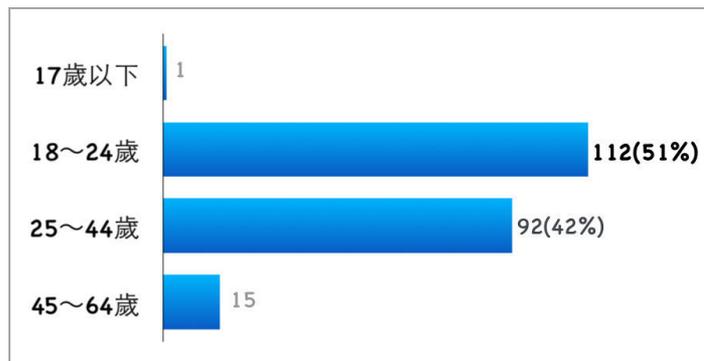


圖 5-2：遊客年齡(單位/人)

(3) 工作型態

遊客的工作型態中以學生為最大族群，共計 103 人(47%)，其次為上班族 86 人(39%)。由圖 5-3 可知，造訪草悟道遊客多為學生及上班族。

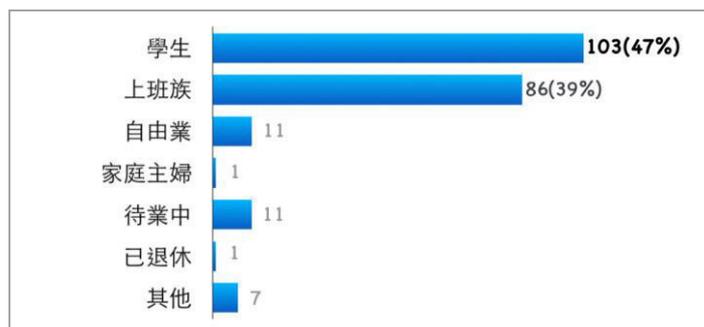


圖 5-3：遊客工作型態(單位/人)

(4) 居住地

居住在台中市的遊客多達 160 人(77%)，其次為北部地區(基、北、桃、竹、苗)24 人(12%)，而中部地區(彰、投、雲、嘉)、南部地區(南、高、屏)及居住在國外的遊客人數相對少量。另外東部地區的遊客人數為 0 人 (圖 5-4 不列出)，顯示造訪草悟道的遊客多因地緣關係而前來。

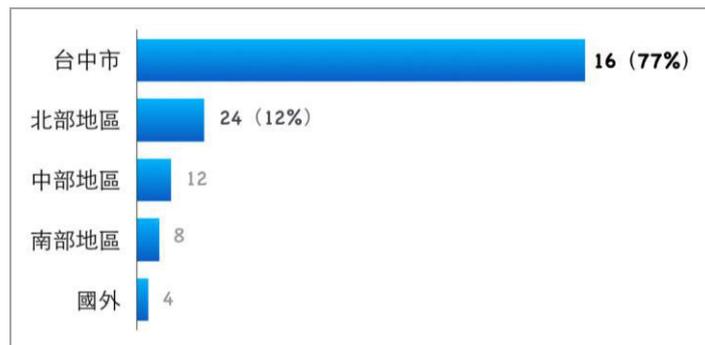


圖 5-4：遊客居住地(單位/人)

此階段將受訪者基本資料整理成表 5-1，以供詳細對照。

表 5-1：受訪者基本資料

基本資料	選項	人數	比例
(1)性別	男	97	44.1%
	女	123	56.6%
(2)年齡	17 歲以下	1	0.0%
	18 ~ 24 歲	112	51.5%
	25 ~ 44 歲	92	42.4%
	45 ~ 64 歲	15	7.1%
(3)工作型態	學生	103	47.5%
	上班族	86	39.4%
	自由業	11	5.0%
	家庭主婦	1	0.0%
	已退休	1	0.0%
	其他	7	3.0%
(4)居住地	台中市	160	77.7%
	北部地區	24	12.1%
	中部地區	12	6.1%
	南部地區	8	4.0%
	國外	4	2.0%

5-1-2 受訪者經驗與偏好

(1) 造訪時段

遊客造訪草悟道的時段集中在下午時段，尤其以假日下午高達 96 人(44%)，其次為平日下午有 51 人(23%)，另外晚上時段以平日人數占較多，有 34 人(15%)，假日晚上則有 28 人(23%)，上午造訪草悟道的遊客多為零星(圖 5-5)。

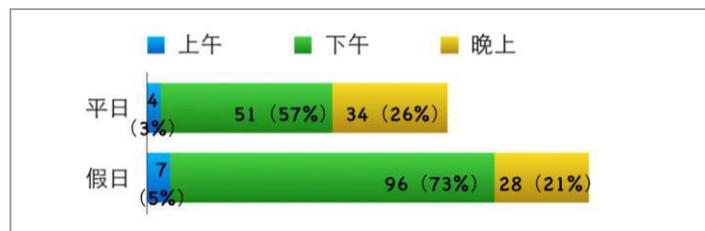


圖 5-5:遊客造訪時段(單位/人)

(2) 交通方式

遊客到達草悟道的交通方式中，機車占 137 人(62%)，其次為汽車 48 人(22%)，公車人數占 23 人(10%)，步行占 8 人(4%)，腳踏車占 3 人(1%)。圖 5-6 可顯示目前遊客到達草悟道的方式中，有八成多的人藉由汽機車前來。

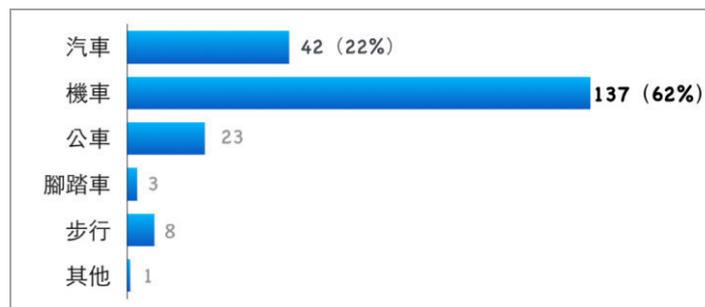


圖 5-6：遊客交通方式(單位/人)

(3) 停車位置

遊客將車輛停放在附近巷子內的情形最為普遍，占有 83 人(39%)。其次也有 73 位民眾(34%)將車輛停放在誠品書局旁停車格內，卻只有兩成(45 人)的遊客將車輛停放於停車場內，由進一步訪談中得知，遊客多認為停車場距離草悟道較

遠，或收費較高，因此遊客多找尋附近巷子內免費的空間停車，其次才會選擇停在草悟道或誠品書局周邊的停車格。

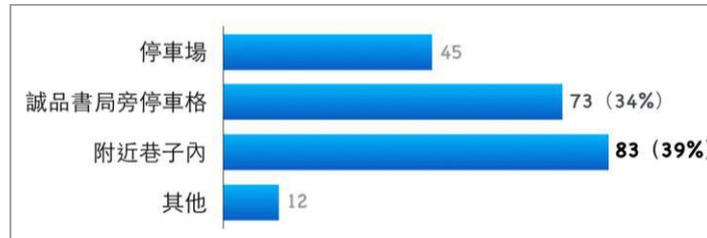


圖 5-7：遊客停車位置(單位／人)

(4) 停留時間

遊客於草悟道觀光的停留時間中，有 72% 遊客會做 2-3 小時的停留，有約兩成的遊客停留在草悟道時間僅僅 1 小時內，另外約一成的遊客停留 4-5 小時，由圖 5-8 顯示只有少數遊客會做長時間的停留。因此政府單位在推廣草悟道時應思考如何使遊客願意在草悟道上從事多種不同的活動，以延長觀光體驗的停留時間。

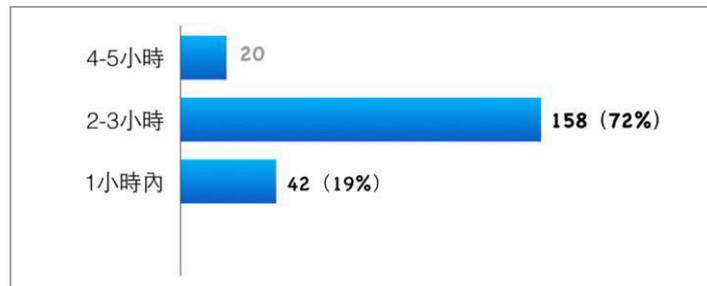


圖 5-8：遊客停留時間比例(本研究繪製)

(5) 同行人數

在草悟道遊客的同行人數中，有高達 180 人(82%)為 2-5 人同行，另外有 40 人(18%)為 1 人前往。顯示有八成的遊客會與親朋好友共同來到草悟道觀光，是個適合呼朋引伴共同體驗的步行空間。

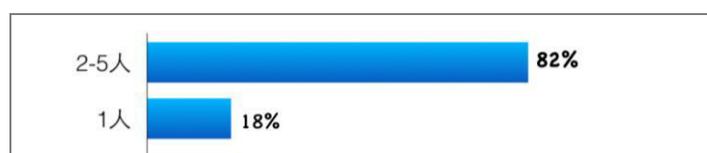


圖 5-9：遊客同行人數(單位／人)

(6) 造訪次數

有 45%的遊客來草悟道的次數已達 10 次以上，其次為占 31%有 2-5 次造訪草悟道的經驗，另外有 17%的遊客造訪草悟道的次數為 6-10 次，只有約 7%的遊客是第一次造訪。顯示遊客對於草悟道的再訪次數比例很高，可見得草悟道有其吸引人的獨特魅力。

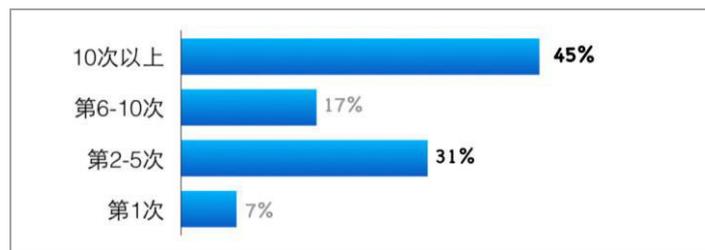


圖 5-10：遊客造訪次數比例(本研究繪製)

(7) 造訪目的

從圖 5-11 顯示遊客造訪草悟道最主要的目的為逛街，占 157 人(71%)，其次為散步或運動與用餐約各有 53%的人，另外參與當地活動的遊客人數為 95 人(43%)，為了周邊景點而造訪草悟道的遊客也有 79 人(36%)。由於該題設定為複選題，因此在提供遊客多樣化選擇的條件下，平均勾選的項目為 2.6 項，表示遊客造訪草悟道的目的多為複合式的目的，也顯示草悟道串連起的機能性多元，可供遊客不同需求做選擇。

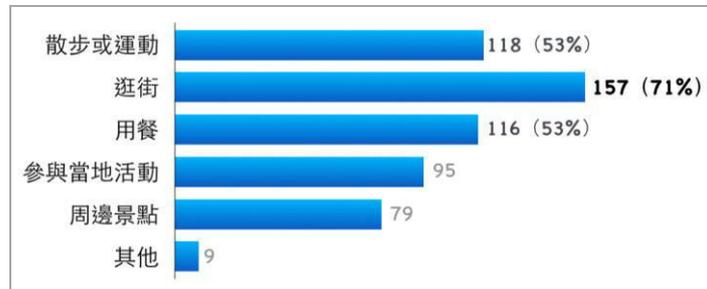


圖 5-11:遊客造訪目的(單位/人)

(8) 再訪意願

認為每 2-3 個月來的遊客占 108 人(49%)，其次為每個月來的有 69 人(31%)，而帶有不確定性的選項有 38 人(17%)表達可能再來。其中有確定再造訪意願的遊客就高達八成。顯示草悟道擁有普遍遊客皆有意願再訪之魅力。

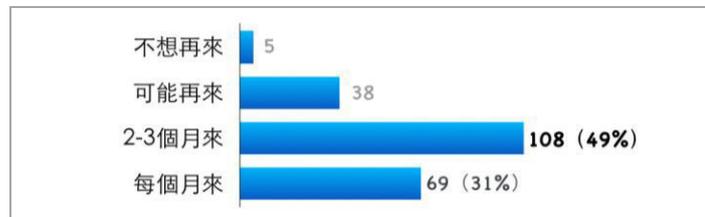


圖 5-12 : 遊客再訪意願(單位/人)

此階段將受訪者經驗與偏好整理成表 5-2，以供詳細對照。

表 5-2：受訪者經驗與偏好

經驗與偏好	選項	人數	比例
(1)造訪時段	平日上午	4	2.0%
	平日下午	51	23.2%
	平日晚上	34	15.2%
	假日上午	7	3.0%
	假日下午	96	44.4%
	假日晚上	28	13.1%
(2)交通方式	汽車	48	22.2%
	機車	137	62.6%
	公車	23	10.1%
	腳踏車	3	1.0%
	步行	8	4.0%
(3)停車位置	停車場	45	21.2%
	誠品書局旁停車格	73	34.3%
	附近巷子內	83	39.4%
	其他	12	6.1%
(4)停留時間	1 小時內	41	19.2%
	2-3 小時	158	72.7%
	4-5 小時	20	9.1%
(5)同行人數	1 人	40	18.2%
	2-5 人	180	82.9%
(6)造訪次數	第 1 次	16	7.1%
	2-5 次	68	31.3%
	6-10 次	37	17.0%
	10 次以上	99	45.5%
(7)造訪目的	散步或運動	118	21.1%
	逛街	157	27.7%
	用餐	116	20.5%
	參與當地活動	95	17.4%
	周邊景點	79	14.4%
	其他	9	2.0%
(8)再訪意願	不想再來	5	2.0%
	可能再來	38	17.2%
	每 2~3 個月內	108	49.5%
	每個月	69	31.3%

5-2.Kano 雙向問卷分析

5-2-1.問卷信效度分析

本研究採用探索性因素分析 (Exploratory Factor Analysis,EFA) 來檢驗問卷內容的建構效度，分析過程採主成分分析法及正交轉軸來萃取特徵值大於 1 之構面，並參考 Lederer and Sethi(1991)作為因素分析過程刪除問卷題目的依據，以因素負荷量(loadings)0.5 當作刪題的臨界值，因此問項之因素負荷量必須大於 0.5，否則沒有收斂效度 (convergence validity) 應刪之。而正式問卷中 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)值為 0.856%，表示變項間的共同因素愈多，適合進行因素分析(Kaiser,1974)。另外，Bartlett's 球形考驗的 χ^2 值為 927.083(自由度為 153)，P 值<0.00 達顯著，代表母體的相關矩陣間有共同因素存在，適合進一步因素分析。

同時為了確保所有題目在其所屬構面中，均有高度的一致性，本研究接著進行 Cronbach's alpha 信度分析。其對於活動的 Cronbach's α 係數為 0.656，對於周邊景點的 Cronbach's α 係數為 0.679，對於環境意象的 Cronbach's α 係數為 0.588，對於造景與設置物的 Cronbach's α 係數為 0.715，整體的 Cronbach's α 係數為 0.840，根據學者所採用標準：若該構面的 Cronbach's alpha 內部一致性值介於 0.5 與 0.7 之間可信度為很可信，因此在正式問卷中所有類別均符合上述的準則。

表 5-3：可信度高低與 Cronbach's α 係數之對照表

可信度	Cronbach's α 係數
不可信	Cronbach's α 係數 < 0.3
勉強可信	$0.3 \leq$ Cronbach's α 係數 < 0.4
可信	$0.4 \leq$ Cronbach's α 係數 < 0.5
很可信 (最常見)	$0.5 \leq$ Cronbach's α 係數 < 0.7
很可信 (次常見)	$0.7 \leq$ Cronbach's α 係數 < 0.9
十分可信	$0.9 \leq$ Cronbach's α 係數

資料來源：陳寬裕、王正華 (2010)，論文統計分析實務：

SPSS 與 AMOS 的運用，p138

表 5-4：問卷信效度分析

構面	項目	因素負荷量 Loadings	信度 Alpha
活動	有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動	0.750	0.656
	有適合活動的空間條件(例如：散步、逛街、運動)	0.532	
	草悟道有舉辦各項展覽活動	0.698	
	有舉辦各項藝文參與活動(例如：寫書法、千人彩繪風車)	0.732	
周邊景點	草悟道旁有商場型態的景點 (例如：誠品書局、勤美誠品、NOVA)	0.662	0.679
	草悟道旁有藝文方面的景點 (例如：國立台灣美術館、勤美術館)	0.632	
	草悟道旁有教育性質的景點(例如：科博館)	0.679	
	草悟道周邊有文創老街(例如：范特喜微創)	0.529	
	草悟道旁有更多不同類型的商家	0.741	
環境意象	草悟道的氛圍營造，具備迷人的魅力	0.704	0.588
	都市中的綠帶具備吸引人的特質	0.722	
	「遊客的聚集」使草悟道具有熱鬧的氛圍	0.851	
	「聚集的遊客」具有悠閒氣氛的感染力	0.729	
造景及設置物	草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力	0.724	0.715
	草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適	0.730	
	路燈為草悟道增添迷人的氣氛	0.679	
	草悟道上有規劃水的設施能為景觀增添魅力 (例如：水幕、水流、噴霧)	0.543	
	草悟道上的休憩設施是充足完善的	0.567	

5-2-2 項目屬性分類

針對構成草悟道區域特色的各個構面與問項，Kano 雙向問卷調查是分別以一組假設性的相對問題詢問受訪者對於該項目條件存在與否的多元感受，並透過「Kano 屬性分類的決策矩陣」(表 5-5) 判斷其項目的屬性分類。依調查結果(表 5-6)，將各「項目屬性」出現次數先各別累計加總，再取所占比例最高值的分類作為該項目的 Kano 屬性代表。以項目 1：『有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動』為例，對於遊客的「魅力」、「一元」、「必要」、「無差異」、「反向」與「矛盾」屬性所占比重，分別為：55.9%、17.7%、1.8%、21.4%、1.4%與 1.8%，其中，以「魅力」屬性占 55.9%，大幅高於其他分類，即可判定其 Kano 屬性為「魅力品質」。

表 5-5：屬性分類的決策矩陣

草悟道條件		當具備時				
		喜歡	理所當然	無所謂	能忍受	不喜歡
當 不 具 備 時	喜歡	矛盾品質	魅力品質	魅力品質	魅力品質	一元品質
	理所當然	反向品質	無差異品質	無差異品質	無差異品質	必要品質
	無所謂	反向品質	無差異品質	無差異品質	無差異品質	必要品質
	能忍受	反向品質	無差異品質	無差異品質	無差異品質	必要品質
	不喜歡	反向品質	反向品質	反向品質	反向品質	矛盾品質

表 5-6：Kano 問項屬性分類(單位：%)

綜合評價因素		魅力 (A)	一元 (O)	必要 (M)	無差異 (I)	反向 (R)	矛盾 (Q)	Kano 分類
活動	有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動	55.9	17.7	1.8	21.4	1.4	1.8	魅力
	有適合活動的空間條件 (例如：散步、逛街、運動)	20.5	48.6	12.3	16.4	0.0	2.3	一元
	草悟道有舉辦各項展覽活動	49.1	20.9	4.1	23.6	1.4	0.9	魅力
	有舉辦各項藝文參與活動 (例如：寫書法、千人彩繪風車)	44.7	8.2	1.4	43.8	1.4	0.5	魅力
周邊 景點	草悟道旁有商場型態的景點 (例如：誠品書局、勤美誠品、NOVA)	26.9	47.5	3.7	19.2	1.8	0.9	一元
	草悟道旁有藝文方面的景點 (例如：國立台灣美術館、勤美術館)	38.8	43.4	5.5	11.4	0.0	0.9	一元
	草悟道旁有教育性質的景點 (例如：科博館)	39.7	25.6	4.1	28.8	0.9	0.9	魅力
	草悟道周邊有文創老街 (例如：范特喜微創)	47	16.9	0.9	33.8	0.9	0.5	魅力
	草悟道旁有更多不同類型的商家	41.6	22.8	4.1	27.9	1.8	1.8	魅力
環境 意象	草悟道的氛圍營造，具備迷人的魅力	23.3	49.3	6.4	18.7	0.5	1.8	一元
	都市中的綠帶具備吸引人的特質	18.7	61.2	6.8	12.3	0.0	0.9	一元
	「遊客的聚集」使草悟道具有熱鬧的氛圍	16.8	6.8	2.3	58.2	15.0	0.9	無差異
	「聚集的遊客」具有悠閒氣氛的感染力	31.8	17.3	2.7	42.3	4.5	1.4	無差異
造景 及設 置物	草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力	26.4	40.9	7.7	23.2	5	1.4	一元
	草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適	17.3	50.0	17.7	14.1	0.5	0.5	一元
	路燈為草悟道增添迷人的氣氛	32.3	27.7	11.8	26.8	0.5	0.9	魅力
	草悟道上有規劃水的設施能為景觀增添魅力 (例如：水幕、水流、噴霧)	40.0	10.5	2.3	41.4	5.0	0.9	無差異
	草悟道上的休憩設施是充足完善的	30.5	34.5	10.5	22.7	1.4	0.5	一元

在此將各項目的屬性分類各別說明：

(1) 魅力品質

歸類在「魅力品質」的項目共有 7 項，其內容主要都集中在「活動」、「周邊景點」與「造景及設置物」的構面中，內容包括：『有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動』、『路燈為草悟道增添迷人的氣氛』、『草悟道旁有教育性質的景點（例如：科博館）』、『草悟道有舉辦各項展覽活動』、『草悟道旁有更多不同類型的商家』、『草悟道周邊有文創老街（例如：范特喜微創）』、『有舉辦各項藝文參與活動（例如：寫書法、千人彩繪風車）』。說明上述項目的正向條件當「具備」時，就能大幅地提升藝術街的魅力程度，但是當「不具備」時，遊客也不會感到特別不滿。

(2) 一元品質

被歸類為「一元品質」的共有 8 個項目，較集中於「造景及設置物」構面，其餘分布在「周邊景點」、「環境意象」與「活動」。內容包括：『都市中的綠帶具備吸引人的特質』、『有適合活動的空間條件(例如：散步、逛街、運動)』、『草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適』、『草悟道旁有藝文方面的景點（例如：國立台灣美術館、勤美術館）』、『草悟道的氛圍營造，具備迷人的魅力』、『草悟道旁有商場型態的景點（例如：誠品書局、勤美誠品、NOVA）』、『草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力』與『草悟道上的休憩設施是充足完善的』。表示此 8 個項目的績效與滿意度之間呈現線性關係，「滿意度」會隨「正向條件」的完備性，有成正比的效果。

(3) 無差異品質

被歸類為「無差異品質」屬性的項目有 3 項，即『「聚集的遊客」具有悠閒氣氛的感染力』、『草悟道上有規劃水的設施能為景觀增添魅力（例如：水幕、水流、噴霧）』與『「遊客的聚集」使草悟道具有熱鬧的氛圍』。表示無論該項目之「正向條件」與「反向條件」具備與否，都不影響遊客的滿意程度。

5-3 綜合因素評價分析

5-3-1 重要程度評價

在項目的評分方式中採取李克特量表架構，將項目的重要程度劃分為：毫不重要(1分)、不重要(2分)、普通(3分)、重要(4分)以及很重要(5分)的5分位模式實行。再將220位有效樣本的母體平均數進行由高至低的排序(表5-7)。

表 5-7：構成因子之重要性排序

排序	因子	重要性	構面
1	都市中的綠帶具備吸引人的特質	4.43	環境意象
2	有適合活動的空間條件 (例如：散步、逛街、運動)	4.40	活動
3	草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適	4.37	造景及設置物
4	草悟道旁有藝文方面的景點 (例如：國立台灣美術館、勤美術館)	4.21	周邊景點
5	草悟道的氛圍營造，具備迷人的魅力	4.19	環境意象
6	草悟道旁有商場型態的景點 (例如：誠品書局、勤美誠品、NOVA)	4.16	周邊景點
7	草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力	4.05	造景及設置物
8	草悟道上的休憩設施是充足完善的	3.97	造景及設置物
9	路燈為草悟道增添迷人的氣氛	3.94	造景及設置物
10	有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動	3.90	活動
11	草悟道旁有教育性質的景點(例如：科博館)	3.80	周邊景點
12	草悟道有舉辦各項展覽活動	3.71	活動
13	草悟道旁有更多不同類型的商家	3.67	周邊景點
14	草悟道周邊有文創老街(例如：范特喜微創)	3.54	周邊景點
15	「聚集的遊客」具有悠閒氣氛的感染力	3.50	環境意象
16	有舉辦各項藝文參與活動 (例如：寫書法、千人彩繪風車)	3.35	活動
17	「遊客的聚集」使草悟道具有熱鬧的氛圍	3.20	環境意象
17	草悟道上有規劃水的設施能為景觀增添魅力 (例如：水幕、水流、噴霧)	3.20	造景及設置物

5-3-2 魅力與減分因素

為了能更明確的瞭解遊客對於草悟道的魅力因子評價內容，本研究於問卷中設計此複選題，讓受訪者在「魅力因素」與「減分因素」兩大題中勾選其認為條件成立之選項。以下將各別以排序方式進行討論，並針對前五大因素作分析說明。

魅力因素排序

魅力因素題目設計為：「請問草悟道吸引您的魅力因素是？」，引導遊客勾選作答此單元的 16 個選項。在統計各項目的累積次數後，將前五大魅力因素依序排序如下圖 5-13，並詳盡列出各選項的累積次數與比例統計提供比較對照(表 5-8)：

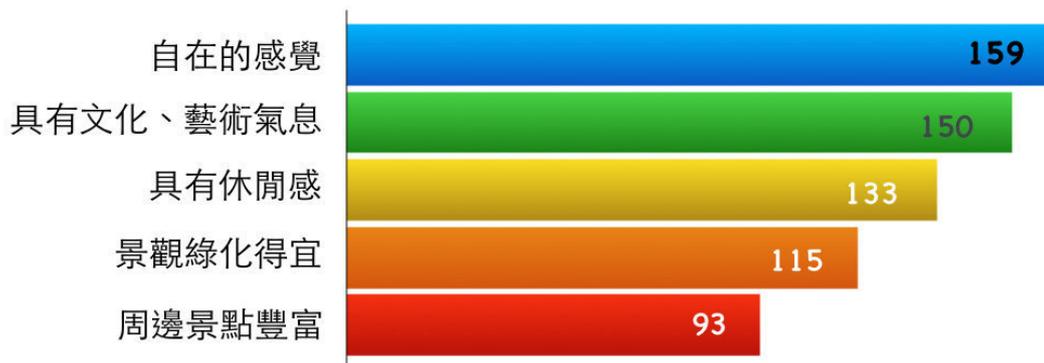


圖 5-13: 問卷調查前五大魅力因素(本研究繪製)

從前五大魅力因素可知內容有：『自在的感覺』、『具有文化、藝術氣息』、『具有休閒感』、『景觀綠化得宜』及『周邊景點豐富』，其中前四大魅力因素皆有超過一半的遊客認為條件成立，可見遊客主要是被草悟道成功營造之氣氛所吸引，其次為景觀綠化得宜亦受遊客所認同，另外也有超過四成遊客認為周邊景點豐富也是草悟道吸引人的魅力之一，綜合上述高比例認同的魅力因素，因此常見每到下午遊客便湧入草悟道進行各項活動，尤其假日時更有大量遊客絡繹不絕的為其魅力吸引而前來觀光。

表 5-8：魅力因素排序統計表

魅力因素排序表			
選項	次數	次數比例	人數比例
自在的感覺	159	13.3%	72.3%
具有文化、藝術氣息	150	13.5%	68.2%
具有休閒感	133	11.1%	60.5%
景觀綠化得宜	115	9.6%	52.3%
周邊景點豐富	93	7.8%	42.3%
商家型態	84	7.0%	38.2%
活動多元	80	6.7%	36.4%
環境整潔	70	5.8%	31.8%
休憩完善	59	4.9%	26.8%
活動容易親近	58	4.8%	26.4%
草悟道聚集的人群是迷人的	56	4.7%	25.5%
遮蔭佳	45	3.8%	20.5%
機能完備	35	2.9%	15.9%
規劃完善	35	2.9%	15.9%
具有安全感	20	1.7%	9.1%
其他	6	0.1%	2.7%

減分因素排序

減分因素題目設計為：「請問草悟道讓您印象不佳的因素是？」，引導遊客勾選作答此單元的 10 個選項。在統計各項目的累積次數後，將前五大減分因素依序排序如下圖 5-14，並詳盡列出各選項的累積次數與比例統計提供比較對照(表 5-9)：

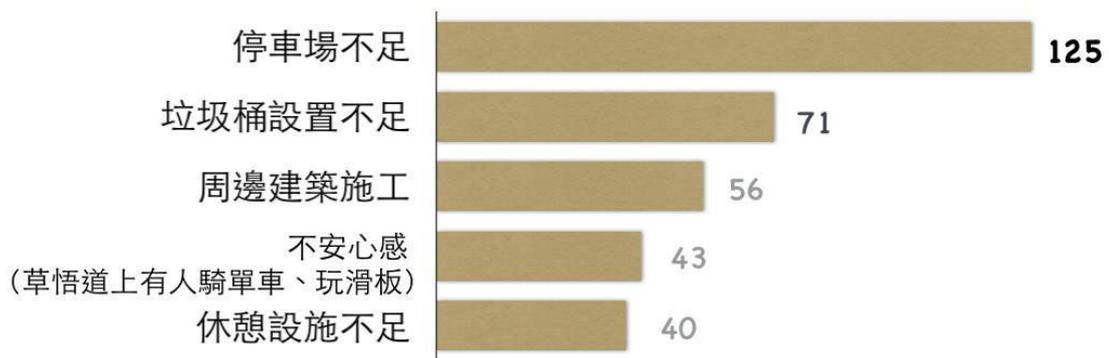


圖 5-14：問卷調查前五大減分因素(本研究繪製)

在 220 份有效問卷中，遊客認為草悟道的減分因素前五大項內容為：『停車場不足』、『垃圾桶設置不足』、『周邊建築施工』、『不安心感(草悟道上有人騎單車、玩滑板)』及『休憩設施不足』等內容。從遊客基本資料的「交通方式」可得知有超過八成的遊客以汽機車為到達草悟道為主要交通工具，其中又有超過一半的遊客皆認為停車場不足是對草悟道印象不佳之主因，另外有三成遊客認為草悟道上的垃圾桶設置不足，常令人感到不方便，其次因近期周邊有部分建築物及停車場正在修建中，影響到來此觀光之感受。另外造成遊客不安心感主因為常可見騎乘單車者及玩滑板的使用者穿梭於草悟道上，甚至占用街道家具當成競技工具，使得遊客需要注意其危險性，降低步行空間的安心感。第五項減分因素中也有近兩成的遊客認為休憩設施不足。

表 5-9：減分因素排序統計表

減分因素排序表			
選項	次數	次數比例	人數比例
停車場不足	125	27.0%	56.8%
垃圾桶設置不足	71	15.3%	32.3%
周邊建築施工	56	12.1%	25.5%
不安心感 (草悟道上有人騎腳踏車、玩滑板)	43	9.3%	19.5%
休憩設施不足	40	8.6%	18.2%
夜間燈光昏暗	37	8.0%	16.8%
無障礙設計不足	31	6.7%	14.1%
元素單調	23	5.0%	10.5%
步行危險	19	4.1%	8.6%
其他	18	3.9%	8.2%

5-4 設置物使用評價

根據先前的問卷結果可得知對於草悟道步行空間中的構成，遊客皆認為極其重要，除因步行空間中的設置物會影響行走時的舒適度及空間的友善度外，對於氣氛營造更扮演舉足輕重的角色。因此本研究針對草悟道上的設置物再進行逐項細部的問卷調查。總計發出 110 份問卷，有效問卷為 101 份，其中性別特徵為：男性遊客占有 32 人(31.7%)，女性遊客占有 69 人(68.3%)，年齡特徵為：少年占有 10 人(9.9%)、青年占有 31 人(30.7%)、壯年占有 54 人(53.5%)、中年占有 5 人(5.0%)與老年占有 1 人(1.0%)。

5-4-1 重要程度評價

針對步行空間評價項目的內容對遊客進行重要程度的調查，藉此瞭解遊客對於不同步行空間構成項目的觀點。評分方式則採取李克特量表作為測量工具，將重要程度區分為：非常不重要(1 分)、不重要(2 分)、尚可(3 分)、重要(4 分)以及非常重要(5 分)的五分位模式實行；將 101 份有效樣本的平均數進行由高至低排序（表 5-10）：

表 5-10：步行空間構成因素之重要程度

排序	項目	平均數
1	草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適	4.47
2	設置多處垃圾桶，使遊客方便丟棄垃圾	4.43
3	公共藝術的美感及創造性	4.34
4	草悟道上的休憩座椅是充足完善的	4.14
5	草悟道上的照明設備功能充足	4.10
6	路燈為草悟道增添迷人的氣氛	4.07
7	草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力	3.90
8	旅遊導覽資訊充足且能提供協助	3.84
9	草悟道上水的設施能為景觀增添魅力	3.61

由表 5-10 之整體排序可瞭解遊客首要重視的層面是以步道空間的舒適及安全性(No.1)為優先考量，以及垃圾桶(No.2)是否達到方便丟棄垃圾的數量，另外公共藝術的美感和創造性(No.3)則是被認為具草悟道代表性而居於第三，其次為休憩設施(No.4)及照明(No.5-6)。但對於草悟道上的植栽造景(No.7)、導覽資訊(No.8)及水的設施(No.9)對遊客來說反而感到重要程度較低。

5-4-2 滿意程度評價

表 5-11：步行空間構成因素之滿意程度

排序	項目	平均數
1	草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適	4.00
2	草悟道上的休憩座椅是充足完善的	3.68
2	路燈為草悟道增添迷人的氣氛	3.68
4	公共藝術的美感及創造性	3.60
5	草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力	3.54
6	草悟道上的照明設備功能充足	3.51
7	草悟道上水的設施能為景觀增添魅力	3.28
8	設置多處垃圾桶，使遊客方便丟棄垃圾	3.18
9	旅遊導覽資訊充足且能提供協助	3.02

由表 5-11 可見遊客對於草悟道現況的滿意程度在空間平坦好走、寬敞舒適(No.1)感到最為滿意；其次為草悟道上的遊客認為座椅數量及舒適度達到滿意

(No.2)，草悟道的夜晚華燈初上，路燈的點綴依舊吸引遊客流連忘返(No.2)；另外公共藝術(No.4)、植栽造景(No.5)、照明(No.6)等也平均有 3.5-3.6 分的滿意程度，最後遊客針對水的設施(No.7)、垃圾桶數量(No.8)及旅遊導覽資訊(No.9)反應出不滿意。

5-4-3 設置物小結

「草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適」此項目重要度及滿意度皆位於首位，顯示草悟道的遊客最在意的是空間鋪面的平坦性及步行空間的舒適度，且對於現況感到相當滿意，當人們最重視的得到最大滿足的同時，也或許是草悟道絡繹不絕的原因。針對項目「草悟道上的休憩座椅是充足完善的」的部分，重視程度達到第四名，滿意程度達第二名，呈現出遊客的休憩需求是被滿足的。另外項目「設置多處垃圾桶，使遊客方便丟棄垃圾」的重要程度位居第二，滿意程度卻落在倒數第二，代表遊客認為垃圾桶在長條型的步行空間中是重要的，但目前數量及分類皆不進人意，垃圾筒適當數量的設置可有效減少亂丟垃圾的機會，成為影響草悟道觀感重要的因素，因此應為政府部門急需解決的問題。

5-5 問卷調查小結

從 5-2 小節的 Kano 雙項問卷分析結果與 5-3 小節中重要程度之排序做比較分析，可得知三項 Kano 分類中，各分類中因子的重要程度，意即可於魅力品質、一元品質及無差異品質中，作優先發展順序之排列。以下針對各分類作討論。

表 5-12：Kano 魅力品質與重要度交叉分析

Kano 分類	重要度 排序	重要度	因子
魅力品質	1	3.94	路燈為草悟道增添迷人的氣氛
	2	3.90	有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動
	3	3.80	草悟道旁有教育性質的景點（例如：科博館）
	4	3.71	草悟道有舉辦各項展覽活動
	5	3.67	草悟道旁有更多不同類型的商家
	6	3.54	草悟道周邊有文創老街（例如：范特喜微創）
	7	3.35	有舉辦各項藝文參與活動（例如：寫書法、千人彩繪風車）
一元品質	1	4.43	都市中的綠帶具備吸引人的特質
	2	4.40	有適合活動的空間條件(例如：散步、逛街、運動)
	3	4.21	草悟道旁有藝文方面的景點 (例如：國立台灣美術館、勤美術館)
	4	4.19	草悟道的氛圍營造，具備迷人的魅力
	5	4.16	草悟道旁有商場型態的景點 (例如：誠品書局、勤美誠品、NOVA)
	6	4.05	草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力
	7	3.97	草悟道上的休憩設施是充足完善的
	8	3.37	草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適
無差異品質	1	3.50	「聚集的遊客」具有悠閒氣氛的感染力
	2	3.20	草悟道上有規劃水的設施能為景觀增添魅力 (例如：水幕、水流、噴霧)
	3	3.20	「遊客的聚集」使草悟道具有熱鬧的氛圍

(1)魅力品質

所屬於「魅力品質」的因子其特性為，當品質特性具備該條件時遊客相當滿意，但不具備該條件時，遊客也不會因此而不滿意。意即此品質為創造區域魅力獨特性之重要關鍵。是令遊客感到驚喜、有魅力之條件因素。

然所屬 7 項魅力品質中，重要度的因子依序為『路燈為草悟道增添迷人的氣氛』、『有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動』、『草悟道旁有教育性質的景點（例如：科博館）』、『草悟道有舉辦各項展覽活動』、『草悟道旁有更多不同類型的商家』、『草悟道周邊有文創老街（例如：范特喜微創）』及『有舉辦各項藝文參與活動（例如：寫書法、千人彩繪風車）』。可見得在遊客心中，具重要程度的魅力條件，除了草悟道夜間的氣氛營造成功，還包含舉辦動態性的藝文活動及周邊具有教育與文化特色的老街等條件。當這些條件成立時，會大幅增加遊客對於草悟道的滿意度。

(2)一元品質

「一元品質」之因子特性為當品質具備該條件時遊客相當滿意，但不具備該條件時遊客會因此而不滿意，即具線性之特性。特別於此類品質中皆為重要程度相當高之因子，代表此類品質中的因子為草悟道基本應具備之條件，政府單位在設法創造區域魅力特色的同時，必須並列發展之基本盤。

屬於一元品質條件中 8 項之因子內容依序為：『都市中的綠帶具備吸引人的特質』、『有適合活動的空間條件(例如：散步、逛街、運動)』、『草悟道旁有藝文方面的景點（例如：國立台灣美術館、勤美術館）』、『草悟道的氛圍營造，具備迷人的魅力』、『草悟道旁有商場型態的景點（例如：誠品書局、勤美誠品、NOVA）』、『草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力』、『草悟道上的休憩設施是充足完善的』及『草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適』。可見草悟道之主要訴求的都市綠園道相關之條件為遊客首重的關鍵，其次為步行空間中應有適合活動之環境條件，另外包含藝文方面景點及商場型態之景點亦為需要並列發展的部分。

(3)無差異品質

「無差異品質」之因子特性為無論品質條件具備與否，遊客滿意度皆不受影響。此所屬品質內之因子共有 3 項，分別為：『聚集的遊客具有悠閒氣氛的感染力』、『遊客的聚集使草悟道具有熱鬧的氛圍』及『草悟道上有規劃水的設施能為景觀增添魅力（例如：水幕、水流、噴霧）』。其品質中的因子皆為低重要度，顯示此類關於遊客散發出的感染力及熱鬧的氛圍並不影響遊客對於草悟道之滿意度。其次為水的設施亦為無差異品質，意即草悟道上有無此項建設，對於遊客來說並不影響其對於草悟道之魅力條件。

第六章 結論與建議

6-1 綜合討論

6-1-1 魅力品質

6-1-2 一元品質

6-2 改善建議

6-3 後續研究發展



第六章 結論與建議

存在於都市中的綠園道，扮演著都市之肺的角色，在此地活動的人們得以放鬆心情及進行各項活動，其中綠色造景與氛圍的營造不僅影響遊客各方面的環境感知，進而影響到對於草悟道之魅力評價。本研究以使用者觀點探討草悟道中的人、環境與設置物之關係，找尋創造草悟道魅力因子。預期可作為政府單位未來進行草悟道的規劃與發展時的參考指標，期盼能將草悟道推向國際級景點，塑造出獨具特色的都市綠帶。

6-1 綜合討論

本研究章節就第五章結論中，以 Kano 雙向問卷分析出的魅力品質與一元品質作進一步討論，與各因子間的重要程度作交叉比對，進而提出有效創造草悟道差異化價值的因子及穩固遊客之滿意度的條件，以期提供政府單位在進行後續發展與設計時，有優先順序的考量與規劃。

6-1-1 魅力品質

【打造與眾不同的觀光體驗價值】

— 令遊客感到驚艷，大幅提升草悟道差異化

在魅力品質中，屬於活動類的範疇內容為：『有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動』、『草悟道有舉辦各項展覽活動』及『有舉辦各項藝文參與活動（例如：寫書法、千人彩繪風車）』；屬於周邊景點的內容為：『草悟道旁有教育性質的景點（例如：科博館）』、『草悟道旁有更多不同類型的商家』及『草悟道周邊有文創老街（例如：范特喜微創）』；屬於造景與設置物範疇內的有：『路燈為草悟道增添迷人的氣氛』，整理如表 6-1。

而魅力品質中，屬於活動及周邊景點的構面各包含 3 項因子，顯示遊客對於草悟道上舉辦的活動及沿路串起豐富的周邊景點，認為是具有創造草悟道魅力及建立差異化之魅力因子，因此若能針對這兩大項構面進行更深入的品質提升，例如在草悟道上的路燈部分作氣氛的營造，及舉辦參與性的動態式藝文活動，更進一步於草悟道周邊規劃更多不同類型的商家，並且具有寓教於樂的教育性質相關景點都將能創造遊客具有價值的觀光體驗而流連忘返。

表 6-1：魅力品質與構面之統整表

魅力品質	構面	因子
	活動	有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動
		草悟道有舉辦各項展覽活動
		有舉辦各項藝文參與活動（例如：寫書法、千人彩繪風車）
	周邊景點	草悟道旁有教育性質的景點（例如：科博館）
		草悟道旁有更多不同類型的商家
		草悟道周邊有文創老街（例如：范特喜微創）
	造景與設置物	路燈為草悟道增添迷人的氣氛

6-1-2 一元品質

【創造美好觀光體驗】

一 創造遊客對觀光體驗的基本滿意度

在一元品質中，屬於造景與設置物範疇的內容有『草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力』、『草悟道上的休憩設施是充足完善的』及『草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適』；屬於環境意象的內容有『都市中的綠帶具備吸引人的特質』及『草悟道的氛圍營造，具備迷人的魅力』兩項；屬於周邊景點的內容為『草悟道旁有藝文方面的景點（例如：國立台灣美術館、勤美術館）』及『草悟道旁有商場型態的景點（例如：誠品書局、勤美誠品、NOVA）』；而屬於活動範疇內的只有『有適合活動的空間條件（例如：散步、逛街、運動）』，整理如表 6-2。

屬於一元品質的構面中，造景與設置物、環境意象、包含藝文型態及商場型態的周邊景點皆涵蓋兩項以上的因子，顯示遊客對於草悟道基本的綠色造景、基礎設施及部分周邊景點認為是會隨著建設程度而線性影響滿意度的因子。因此若能維持並朝向都市中綠帶之環境條件持續發展，創造出適合遊客活動的空間條件，並改善休憩設施不足之問題點，輔以草悟道兩旁藝文方面及商場型態之景點，即能提升遊客對於草悟道的滿意度，創造出美好的觀光經驗。

表 6-2：一元品質與構面之統整表

	構面	因子
一元品質	造景與設置物	草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力
		草悟道上的休憩設施是充足完善的
		草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適
	環境意象	都市中的綠帶具備吸引人的特質
		草悟道的氛圍營造，具備迷人的魅力
	周邊景點	草悟道旁有藝文方面的景點 (例如：國立台灣美術館、勤美術館)
		草悟道旁有商場型態的景點 (例如：誠品書局、勤美誠品、NOVA)
	活動	有適合活動的空間條件(例如：散步、逛街、運動)

6-2 改善建議

本研究經由文獻探討、實地調查、訪談調查及問卷調查後將問題點與困擾作整理，整體來說，遊客對於草悟道現況多表達滿意，尤以氛圍的創造更表達了高度肯定，但使用上仍有部分問題點，也提出對於未來之期待。本研究綜合所得，針對草悟道需要改善之處進行討論與建議，依訪談所得草悟道魅力特色之分類及減分因素中未能歸納於其他構面中的交通部分，針對「活動」、「周邊景點」、「環境意象」、「造景及設置物」及「交通」等各項進行討論與建議。

1. 活動

爵士音樂節、街頭藝人等文藝活動深受遊客喜愛，唯每到年度舉辦的爵士音樂節時，便湧入大量人潮，此時應該將草悟道規畫不同區段有不同主題的活動以分散人潮；而建議未來能依照季節舉辦多項大型活動，創造不同的節慶式活動，吸引遊客同樂於其中，以提升草悟道豐富度及觀光魅力。

另外所屬於活動中的一元品質因子為：有適合活動的空間條件(例如：散步、逛街、運動、跑步)。表示在草悟道中應維持適合活動之空間條件，因此若行人與動態的活動(如騎腳踏車、玩滑板)使用共同空間進行，會造成遊客不安心感，建議腳踏車道應予以分道規劃，另闢場域提供動態活動。整理如表 6-3 說明如下：

表 6-3：活動具體建議

構面類別	具體建議
活動	● 規畫不同區段有不同主題性的活動，以達到有效分散人潮
	● 依季節舉辦大型活動，創造不同的節慶式、祭典式活動。例如：中秋闔家賞月趣
	● 腳踏車應予以分道規劃，另闢場域提供動態活動

2. 周邊景點

建議增加更多不同類型具有特色的商家，以吸引遊客選擇不同景點作長時間的停留，例如目前已規劃的文創老街(范特喜微創)，就受到多數遊客認同。同時應將草悟道進行全面性周邊景點的規劃，活花草悟道第三段。同時應於不同區段設置導覽系統，讓遊客到達此地後，可直接選擇需求景點作觀光。整理如表 6-4 說明如下：

表 6-4：周邊景點具體建議

構面類別	具體建議
周邊景點	● 增加更多不同類型具有特色的商家，例如：台中老故事老照片文化館
	● 全面性周邊景點的規劃
	● 不同區段設置導覽系統

3. 環境意象

遊客對於環境意象中的氣氛營造表達高度肯定，主要是因草悟道位於都市叢林中，遊客可近距離的感受到悠閒、自在的環境氣氛，進而讓遊客享受到彷彿置身於大自然中，以達到舒緩心情之目的。若以此為環境意象中最主要經營之目標，建議可豐富草悟道上的生態景觀，意即包含不同棲地的設計(如水池、草地、樹林等景觀)，使其擁有不同層次之生態系統，此時草悟道將除了能達到目前悠閒及人文藝術氣氛之外，更進一步擁有生態教育的資源。另外將草悟道兩旁目前規劃的汽機車輛停車格取消，可有效提高草悟道景觀單純化，創造更美好的步行空間。整理如表 6-5 說明如下：

表 6-5：環境意象具體建議

構面類別	具體建議
環境意象	● 豐富綠色景觀的種植種類(例如：種植四季不同景觀的台灣特有種)
	● 豐富草悟道上的生態景觀(例如：設計不同棲地(水池、草地、樹林等景觀))
	● 改善汽機車雜亂景象(取消誠品書局兩旁汽機車格)

4. 造景及設置物

在造景及設置物部分，目前遊客針對休憩設施、夜間照明、無障礙設計等方面提出困擾點。本研究建議在增設休憩設施的同時，需考量到與草悟道景觀的協調性，或是用生態造景方式達到休憩功能，亦能減少景觀上的衝突。而在夜間照明的部分，除了達到基本安全照明的標準外，若能成功營造出夜晚時草悟道獨具特色的氛圍，將能有效提升草悟道之魅力，例如可在不同時間點作燈光的變化，讓遊客感受到時間於草悟道上的流動。另外無障礙設計建議可重新檢視草悟道上的各項設施之使用狀況，秉持著無障礙設計的考量，使所有遊客皆能盡情享受都市中難能可貴迷人的休憩空間。整理如表 6-6 說明如下：

表 6-6：造景及設置物具體建議

構面類別	具體建議
造景及設置物	● 增設休憩設施(例如：利用生態造景方式達到休憩功能)
	● 豐富夜間燈光變化(例如：在不同時間點作燈光的變化)
	● 重新檢視草悟道上的各項設施之使用狀況(無障礙設計)

5. 交通方面

針對周遭停車處不足的問題，建議可新建大型停車場，增加停車空間，並於大型活動時加開多線的大眾運輸交通工具，供民眾使用。整理如表 6-7 說明如下：

表 6-7：交通方面具體建議

構面類別	具體建議
交通方面	● 新建大型停車場，增加停車空間
	● 於大型活動期間加開多線旅遊公車

6-3 後續研究發展

本研究目的為探討遊客對於草悟道之魅力評價，因此研究對象以遊客為主，但草悟道周邊由住家及商家等不同的族群構成，因此若能瞭解這兩大族群對於草悟道各項魅力的評價，綜合不同面向之建議，將可達到良好之區域觀光發展。

因此對於後續建議分為以下兩點：

(1) 以草悟道附近居民為主要研究對象，探討居民使用草悟道之情形，及對於草悟道魅力特色的評價與建議。

(2) 探討附近商家對於草悟道之觀點，及如何運用商家特色創造草悟道更高的觀光價值，使其具有獨特之魅力。

附錄

附錄 1. 遊客訪談題目

附錄 2. 遊客訪談斷句編碼表

附錄 3. 遊客問卷題項

附錄 4. 遊客設置物問卷題項

附錄 1. 遊客訪談題目

1. 來這個地方的交通方式？停在哪裡？
2. 1-5、5-10、10 以上
3. 為什麼來到草悟道？來的原因？如何得知此訊息？居住地？
4. 通常來到草悟道從事什麼活動？
5. 你喜歡草悟道嗎？什麼因素吸引你？或為什麼？
6. 草悟道路面有一些高低起伏，你覺得有什麼使用上的狀況或感受嗎？
7. 走在草悟道上有何感受？(街頭藝人、噴霧、座椅、活動、綠樹..)
8. 會推薦其他朋友來草悟道嗎？你會怎麼向他介紹？
9. 你認為台中草悟道這個區域的魅力為何？
10. 對草悟道這樣的區域提出未來的建議與期待？

附錄 2. 遊客訪談斷句編碼表

A. 平日遊客：青年男性(學生)									
斷句編號	口語內容	實質景觀					知覺景觀		未來發展
		造景 1	設置物 2	活動 3	周邊景點 4	環境意象 5	魅力因素 6	減分因素 7	期待建議 8
A1-05	散步			●					
A1-08	散步			●					
A1-10	蠻新的蠻好走的(步道)					●	●		
A1-11	增加行走過程中的變化性						●		
A1-15	街頭藝人覺得很有活力帶來娛樂			●		●	●		
A1-16	噴霧夏天涼爽、冬天夢幻		●			●	●		
A1-18	如果在室內逛街逛累或吃完飯可以休息散步			●					
A1-19	是個還不錯的地點						●		
A1-21	他是一個很難得的都市綠帶，以台中市區來講	●					●		
A1-22	他是一條很長的散步道，也像一個公園般富有休閒性質的戶外空間					● ●			
A1-23	建議就是他的設計感還不夠好(重複元素)							●	
A1-24	整條這麼長的路徑上感覺有點單調就是很多重複性的元素在							●	
A1-25	比如像鋪面整條看起來都一樣，座椅也是，就很多重複性的元素一直存在，其實走久了就會失去那種多元性(鋪面、街道家具)，感覺不夠有趣		●					●	
A1-26	對阿，比如可以加入不同元素例如植物上的多樣、水的設計更多貫穿他、或燈光效果	● ●				●			●
總計	總斷句數：26 句	4	2	4	0	6	6	3	1

B. 平日遊客：青年男性(上班族)									
斷句編號	口語內容	實質景觀					知覺景觀		未來發展
		造景 1	設置物 2	活動 3	周邊景點 4	環境意象 5	魅力因素 6	減分因素 7	期待建議 8
B1-05	閒著去晃一下			●					
B1-06	每個星期日都有流浪狗的認養攤位，順便去看一下狗			●					
B1-07	還蠻好玩的						●		
B1-10	經過人很多會下來看一下，不會特別查					●			
B1-12	閒晃散步			●					
B1-13	經過商店順便逛一下，不會特別要逛哪間店，有逛到什麼很有趣的就看一下				●		●		
B1-15	還不錯。就是覺得其實在那邊有重新規劃過，環境不錯					●	●		
B1-16	但車子雜了一點，就是他兩邊都還是算馬路，沒有這麼的安全							●	
B1-17	環境是還蠻乾淨的					●	●		
B1-18	可能是有派人清掃，因為去也都沒有看到垃圾或狗大便						●		
B1-19	加上他是在城市裡的一個綠地					●	●		
B1-20	看大自然看看草其實還蠻舒服的	●					●		
B1-21	走路要小心							●	
B1-22	其實有一些階段(段差)沒有做的很明顯，所以偶爾會踩空							●	
B1-24	只是偶爾會嚇到							●	
B1-25	因為她有坡道的關係所以有時候會有人騎腳踏車上去		●	●					
B1-27	所以這些坡道對我行走的時候沒有造成太大問題		●				●		
B1-30	心情...就因為本來就是去放鬆的嘛						●		
B1-31	所以說去那邊逛的心情也都還不錯						●		
B1-32	加上他的一些景點一些人阿、樹，加上他如果有一些特別的表演	●		●	●	●			
B1-33	其實看的都蠻舒服的						●		
B1-35	他是一個城市裡可以偷閒的一個小綠地或是小空間	●							
B1-36	走在裡面還蠻舒服的						●		
B1-37	魅力哦..我覺得應該是他營造出來的感覺吧						●		

B1-38	他隔壁又有誠品所以說加上書店的感覺、加上他後面有一小塊展覽區				●				
B1-39	所以說讓人家去的話去那邊有一個文化氣息在						●		
B1-41	我覺得他可以把周遭的環境再統整一點								●
B1-43	可是他其實有很多一些小巷道或者是向外的連接道路，可是像那一些的話其實到現在都沒有整理							●	
B1-44	感覺上面跟整個環境有落差的							●	
B1-45	如果可以讓他的空間再更擴散，不侷限在那一條的話								●
B1-48	可是如果他是整個規劃性的規劃，就可以待在那裏一整天就都可以								●
B1-50	把整個社區做統整性(非點狀式)的規劃								●
總計	總斷句數：43句	3	2	5	4	5	14	6	4

C. 假日遊客：青年女性(學生)									
斷句編號	口語內容	實質景觀					知覺景觀		未來發展
		造景1	設置物2	活動3	周邊景點4	環境意象5	魅力因素6	減分因素7	期待建議8
C1-04	就是想休閒放鬆一下散散步走走路			●			●		
C1-05	因為誠品的關係				●				
C1-07	在草物道上走兩圈			●					
C1-08	看看上面的活動或是看看認養小狗			● ●					
C1-09	或是有時候有音樂的表演就會去那邊坐著			●					
C1-10	或是誠品逛一逛出來會想又休閒一下坐在那邊一下		●		●		●		
C1-11	還不錯，還蠻喜歡的						●		
C1-12	因為他綠化空間很多	●					●		
C1-13	散步的動線比起一般人行道好很多						●		
C1-14	所以就會想要有徒步空間就會想要去那邊						●		
C1-16	我覺得對於行動不便的人來說比較不方便而已							●	●
C1-17	如果是正常人的話就是會跨過去		●						
C1-18	可是感覺應該可以在設計之前就規劃，不知道他們是不是沒有想過							●	
C1-19	可是如果今天像我之前推輪椅應該就會很困擾							●	
C1-20	我就會跳過這個地方，太麻煩了							●	
C1-21	我覺得走在上面是很輕鬆的						●		
C1-22	在那邊的人都不是在趕路都是在放鬆的						●		
C1-23	所以你就不會有壓迫感						●		
C1-24	另外我覺得很新鮮就是他們每次都有不同的活動			●			●		
C1-26	可能最近都在變換，每一次去都可以看到不同的事情在發生			●					
C1-27	或是有時候有一些小市集還蠻有趣的			●			●		
C1-28	會，會說這是秘密基地					●			
C1-32	然後帶他們來這個地方他們都會覺得很新鮮						●		

C1-33	我可能會說是一個比較輕鬆又有一些小的藝文活動的地方			●			●		
C1-35	有一些新鮮的小東西						●		
C1-39	所以我覺得室外空間像草悟道還不錯					●			
C1-40	我覺得是人耶						●		
C1-41	聚集在那邊的人都是同樣性質比較多，都是想放鬆					●	●		
C1-42	或是對這些事情有興趣想要停下腳步來的						●		
C1-43	然後所以你在那邊會被一起去那邊的人感受到那種舒適感					●	●		
C1-44	就會比較自在一點						●		
C1-45	對於身心不方便的人需要幫助他們一下								●
C1-46	如果路面可以改善最好								●
C1-47	那如果沒有的話，就可以有小志工在那邊做一點點的幫助								●
C1-48	或是旁邊可以有一些臨時性的來補償這一塊								●
C1-50	那如果垃圾桶可以多一點也不錯								●
C1-51	但我是覺得那邊的人是不會太亂丟垃圾，應該是還好，但如果有的話是還不錯						●		●
總計	總斷句數：50 句	1	2	9	2	4	21	4	7

D. 假日遊客：青年男性(學生)									
斷句編號	口語內容	實質景觀					知覺景觀		未來發展
		造景1	設置物2	活動3	周邊景點4	環境意象5	魅力因素6	減分因素7	期待建議8
D1-03	有時候是去逛街和看展覽			●	●				
D1-04	有時候純粹去運動走過去再走過來			●					
D1-07	比較常只是逛街、走路跟運動			● ●	●				
D1-08	有時候. . 以前會騎腳踏車			●					
D1-09	還算喜歡吧						●		
D1-11	再來是氣氛蠻悠閒的						●		
D1-12	鄰近的可以去的展覽和可以逛的地方算是比較多元的			●	●		●		
D1-14	除非是要閒晃或運動的話才會去走那裡			● ●					
D1-17	算是比較悠閒的感覺然後有時候有街頭藝人會停下來去欣賞			●			●		
D1-18	或是覺得有些新奇會留下來看一下						●		
D1-20	通常會跟他們說那邊有什麼展覽或活動			● ●					
D1-21	或是那邊可以做什麼樣子的運動或遊戲之類的活動			● ●					
D1-22	應該算是比較有規劃性的區域						●		
D1-23	再來像是他周邊的景點				●				
D1-24	像勤美誠品或是琴美術館的展覽會比較容易吸引去那邊觀光的人				● ●		●		
D1-25	建議是他可能因為目前草悟道只到市民廣場，但他其實可以繼續包含到美術館那邊								●
D1-26	因為最近市民廣場旁邊有一個停車場剛蓋好				●				
D1-28	即使是開車的人也有地方可以停車						●		
D1-31	夜晚的燈光有點昏暗							●	
D1-34	會比較有氣氛是沒錯						●		

D1-35	但上面有高低起伏，那樣的話照明應該要多一點點							●	●
總計	總斷句數: 33 句	0	0	13	7	0	9	2	2

E. 假日遊客：青年男性(學生)									
斷句編號	口語內容	實質景觀					知覺景觀		未來發展
		造景 1	設置物 2	活動 3	周邊景點 4	環境意象 5	魅力因素 6	減分因素 7	期待建議 8
E1-04	去看書				●				
E1-05	看展覽			●					
E1-06	逛街				●				
E1-07	散步						●		
E1-08	吃東西								●
E1-12	散步			●					
E1-13	跟朋友散步聊天			●					
E1-14	還蠻喜歡的						●		
E1-15	因為還蠻多正妹在上面溜狗			●					
E1-16	很多人在上面玩滑板			●					
E1-17	騎腳踏車			●					
E1-18	玩極限運動			●					
E1-19	會避開他們因為有點危險							●	
E1-20	如果沒有專心看前面可能會撞到							●	
E1-21	撞到忽然高起來的小椅子，之前就差一點這樣		●					●	
E1-22	感覺晚上去還蠻舒服的						●		
E1-23	白天去又有樹蔭，還不錯						●		
E1-25	如果朋友來經過會帶他們去那邊散步			●					
E1-26	晚上會有很多穿熱褲的正妹會來這裡遛狗			●					
E1-27	還有街頭藝人			●					
E1-28	然後附近有很多餐廳				●				
E1-29	剛好可以來這邊逛街				●				
E1-30	順便吃飯				●				
E1-31	吃完飯來散步			●					
E1-32	周邊的景點				●				

E1-33	還有提供一個散步的空間			●					
E1-34	現在還蠻滿意的						●		
E1-35	……哦我想起來了，之前看到有一個貨櫃剛好放在那邊有一間家具工作室的作品			●					
E1-36	我覺得這樣不錯						●		
E1-37	就是他們可以有固定空間可以給他們擺作品			●					
E1-40	還不錯						●		
E1-42	上次經過還蠻多人會去看的					●	●		
E1-43	就不用特別進去勤美術館						●		
總計	總斷句數：35句	0	1	14	6	1	8	4	1

F. 平日遊客：青年女性(學生)									
斷句編號	口語內容	實質景觀					知覺景觀		未來發展
		造景1	設置物2	活動3	周邊景點4	環境意象5	魅力因素6	減分因素7	期待建議8
F1-04	逛周邊景點				●				
F1-05	有時候看展覽			●					
F1-08	逛街				●				
F1-09	休息			●					
F1-10	散步			●					
F1-11	蠻喜歡的						●		
F1-12	走在上面有很悠閒的感覺						●		
F1-13	旁邊有綠樹	●							
F1-14	還有一些水景、流水	●							
F1-15	走累了就坐在椅子上休息喝飲料	●							
F1-16	看看路過的人					●			
F1-17	旁邊小巷道裡面有一些特色的小店，可以進去逛逛				●				
F1-18	還蠻有趣的阿						●		
F1-19	只是有一些鋪面的設計有些奇怪		●					●	
F1-20	例如明明像是地面上為了腳踏車設計的減速坡道卻出現在長座椅上		●						
F1-23	有些不懂							●	
F1-24	感覺很悠閒						●		
F1-25	浪漫						●		
F1-27	遇到街頭藝人會停下來聆聽欣賞			●					
F1-28	在繁雜的都市裡就可以有一個讓人放鬆心情的空間						●		
F1-30	嗯…草悟道是一個都市綠帶的空間	●				●			
F1-31	上面常常會有一些不同的活動和展覽			●					
F1-32	可以享受悠閒、文藝氣息也可以逛逛街			●			●		

							●		
F1-33	是一個地方就有多種面貌的地方						●		
F1-34	不用跑太遠到台中的郊區					●			
F1-35	就可以有點大自然	●							
F1-36	而且結合文藝						●		
F1-38	是個綜合性的景點						●		
F1-41	草悟道後段幾乎沒有太多規劃和設計							●	
F1-43	就說前中後段差很多							●	
F1-44	後段比較像一般的公園，舊舊的					●			
F1-45	不太吸引人							●	
F1-47	例如把不同特性的空間劃分出來								●
F1-48	固定有某段是在展覽								●
F1-49	某段來做動態的活動								●
F1-50	如此一來可以吸引不同的人潮在不同的段落聚集，特色就可以拉開								●
總計	總斷句數：40句	5	2	6	3	4	11	5	4

G. 平日遊客：中年男性(上班族)									
斷句編號	口語內容	實質景觀					知覺景觀		未來發展
		造景 1	設置物 2	活動 3	周邊景點 4	環境意象 5	魅力因素 6	減分因素 7	期待建議 8
G1-05	約會			●					
G1-06	主要目的是去誠品				●				
G1-07	之前去的時候就有點印象是綠地	●							
G1-09	散步			●					
G1-10	喜歡						●		
G1-11	綠地	●							
G1-12	感覺上很悠閒						●		
G1-13	對老人或小孩來講可能會比較不方便							●	
G1-15	就是很悠閒						●		
G1-16	心情很輕鬆						●		
G1-19	是個市區中散步不錯的地方			●		●	●		
G1-20	有很多人文氣息						●		
G1-21	輕鬆						●		
G1-22	車要再方便一點							●	●
G1-23	因為他處於市區當中					●			
G1-24	停車格的規畫相對其他周邊的綠地來講，例如文心公園、中山公園等等的停車規劃來講還是比較顯得不足							●	
G1-25	不然就要停到誠品旁邊的立體停車場或者是 NOVA 旁邊的停車場，那邊收費相對比較高				●			●	
G1-26	而且還要把車開到樓上去啊							●	
G1-27	那一圈如果停在對角的話還是有點遠啊							●	
G1-28	那一片草皮蠻大的耶	●							
總計	總斷句數：24 句	3	0	3	2	2	7	6	1

H. 假日遊客：青年男性(上班族)

斷句編號	口語內容	實質景觀					知覺景觀		未來發展
		造景 1	設置物 2	活動 3	周邊景點 4	環境意象 5	魅力因素 6	減分因素 7	期待建議 8
H1-05	很遠						●		
H1-07	有時候會停在誠品後面啣啣停車場			●					
H1-10	有時候去誠品				●				
H1-11	有時候去 NOVA				●				
H1-12	有時候去買今日蜜麻花				●				
H1-18	有參加過爵士音樂節			●					
H1-19	如果真的要走在草悟道上是因為有活動才去			●					
H1-21	市民廣場大草皮還不錯	●			●		●		
H1-25	因為它是城市中少數的綠地	●				●			
H1-26	就會讓人家比較舒服						●		
H1-27	不會擁擠						●		
H1-28	是特別開拓出來的步道					●			
H1-29	勤美誠品在那邊				●				
H1-30	旁邊還有勤美術館				●				
H1-33	是城市中少數綠地，又是很大片的綠地	●				●	●		
H1-34	讓人家不用離開城市就可以體驗到綠色的景觀						●		
H1-35	比較空曠						●		
H1-36	因為那邊常常會辦活動，但是如果平常停車還好，一辦活動，周邊停車場不夠用			●				●	
H1-37	像爵士音樂節根本進不去，開車根本停不到位置			●				●	
H1-38	如果你有寫到這部分的話，應該是要增加							●	
H1-42	我是覺得如果有辦活動，在點之外設立接駁車也是一個方式							●	
H1-43	是針對舉辦活動時的交通問題			●				●	
總計	總斷句數：31句	3	0	6	6	3	6	5	2

I. 平日遊客：青年男性(自由業)									
斷句編號	口語內容	實質景觀					知覺景觀		未來發展
		造景 1	設置物 2	活動 3	周邊景點 4	環境意象 5	魅力因素 6	減分因素 7	期待建議 8
I1-05	其實但大部分是去誠品				●				
I1-06	其實最主要是要逛誠品				●				
I1-07	如果說那邊有特別活動的話，也會去那邊			●					
I1-09	主要是逛街吧				●				
I1-10	逛草悟道兩旁文創的店				●				
I1-11	還會逛勤美術館				●				
I1-12	還不錯						●		
I1-13	除了規劃的還不錯之外						●		
I1-14	剛剛有提到周邊有很多一些小巷				●				
I1-17	雖然現在目前還沒有發展很好							●	
I1-18	但我覺得是還蠻吸引人、還蠻不錯的方向						●		
I1-19	它的步道		●						
I1-20	還有它很大的 LOGO 標誌		●						
I1-21	整體規劃還不錯						●		
I1-22	蠻好走的		●				●		
I1-25	我是覺得跟台中市其他地區比起來已經是好非常多了						●		
I1-33	很舒服						●		
I1-35	我覺得舒服的點是來自於我走到草悟道前端由蔣中正還誰題了四個字		●						
I1-38	我是覺得那附近的感覺很舒服						●		
I1-39	那幾個字讓你覺得很漂亮和自然融為一體之外		●			●			
I1-40	地上還有一些水流	●							
I1-41	就讓人覺得那好像是一個蠻接近自然的地方					●	●		
I1-44	有很多東西可以逛				●				
I1-45	有些綠色的景觀	●				●			

I1-47	至少可以看到很多街頭藝人			●					
I1-48	狗狗			●					
I1-49	文創商品				●				
I1-50	展覽			●					
I1-52	除了街道景觀很漂亮之外					●	●		
I1-53	我還是很喜歡它旁邊林立的一些小的文創的店				●				
I1-54	我覺得雖然他現在還沒有發展得很好							●	
I1-62	我覺得草悟道在行走沒有問題						●		
I1-63	規劃上沒有特別問題						●		
I1-64	有綠化也做得蠻不錯的	●					●		
I1-65	然後就可以照著這個發展下去應該就不錯						●		
總計	總斷句數: 41 句	3	5	4	9	4	14	2	0

J. 假日遊客：中年男性(上班族)									
斷句編號	口語內容	實質景觀					知覺景觀		未來發展
		造景 1	設置物 2	活動 3	周邊景點 4	環境意象 5	魅力因素 6	減分因素 7	期待建議 8
J1-04	如果要去誠品才會停誠品				●				
J1-07	一定是要去周邊商圈逛逛，會順便去草悟道走走			●	●				
J1-11	走一走、散步			●					
J1-12	如果有表演會看一下表演			●					
J1-13	次看到一個全身穿豹紋的裝... 在那邊...不知道在幹嘛。呵呵呵.....			●					
J1-16	學豹爬、或是定住不動，讓人家照相			●		●			
J1-18	有，有很多人					●			
J1-19	喜歡						●		
J1-20	走在上面很放鬆，很輕鬆						●		
J1-21	不只是草悟道，是整個區塊讓人感覺很有人文氣息						●		
J1-22	比起上班地方步調慢						●		
J1-23	氣氛不用那麼繁忙、緊張						●		
J1-24	而且有很多藝術表演			●					
J1-25	很多蠻可以看的						●		
J1-27	就很悠閒、自在、樂活的感覺						●		
J1-31	而且我覺得那個設計不錯！						●		
J1-32	比如說它現在有一長條、有座位，以前沒有		●						
J1-33	我覺得那是一個蠻人性的設計						●		
J1-34	不會，沒有位置讓我坐							●	
J1-36	對阿，我覺得那個是蠻好、蠻人性的設計						●		
J1-37	走在上面很放鬆，很輕鬆						●		
J1-38	其實我覺得草悟道除了本身的設計給人家感覺以外						●		
J1-39	我覺得它所在位置很好					●			
J1-40	如果它沒有其他旁邊的東西，可能沒那麼吸引人				●		●		

J1-41	它是跟其他市民廣場、誠品、NOVA、科博館				●				
J1-42	我覺得是因為他們幾個點結合在一起後才凸顯草悟道的價值						●		
J1-43	因為我常跟朋友約在勤美誠品				●				
J1-44	我們吃完飯聊完天就會去草悟道走一走			●	●				
J1-45	大部分人跟我一樣，走在上面感覺不錯						●		
J1-46	尤其是晚上會覺得台中市是一個很美的城市					●	●		
J1-48	但是如果光看到那個(草悟道)，會感覺很好						●		
J1-50	地理位置					●			
J1-51	因為它周邊的景點				●				
J1-61	它可以為這個地方加分						●		
總計	總斷句數: 39 句	0	1	7	7	5	18	1	0

K. 假日遊客：中年女性(上班族)									
斷句編號	口語內容	實質景觀					知覺景觀		未來發展
		造景 1	設置物 2	活動 3	周邊景點 4	環境意象 5	魅力因素 6	減分因素 7	期待建議 8
K1-04	散步			●					
K1-06	散步			●					
K1-07	喜歡						●		
K1-08	樹木、樹林	●							
K1-09	步道		●						
K1-10	書局				●				
K1-11	大型活動(爵士音樂節)			●					
K1-12	有時候不小心會踩空							●	
K1-13	假日比較熱鬧					●	●		
K1-14	平日比較沒什麼人、空曠					●			
K1-15	假日會比較擁擠							●	
K1-16	但有活動還是會來			●					
K1-17	心情想放鬆，還 OK。						●		
K1-21	因為有特色						●		
K1-22	有一些展覽			●					
K1-23	有一個公園				●				
K1-24	可以坐下來			●					
K1-25	也可以散步			●					
K1-26	想吃東西旁邊也有商場、誠品				●				
K1-28	比較多功能性，有不同選擇						●		
K1-29	有景點				●				
K1-30	有特色						●		
K1-31	有展覽			●					
K1-32	有規劃活動			●					
K1-33	有商場				●				

K1-34	想要買 3C 也可以帶到這裡				●				
K1-35	逛完可以來這裡散步			●					
K1-36	也有餐廳可以吃飯				●				
K1-37	主要是這邊是不錯的環境						●		
K1-38	因為連到科博館，向下到美術館，旁邊又是餐廳				●				
K1-39	可以從那邊逛到這邊，一連串過去，吃完飯可以散步到這邊，或從這邊散步過去，覺得有一連串的感覺						●		
總計	總斷句數：32 句	1	1	10	8	2	8	2	0

L. 平日遊客：老年女性(家庭主婦)									
斷句編號	口語內容	實質景觀					知覺景觀		未來發展
		造景 1	設置物 2	活動 3	周邊景點 4	環境意象 5	魅力因素 6	減分因素 7	期待建議 8
L1-02	環境蠻不錯的						●		
L1-04	環境好、空氣好					●	●		
L1-05	感覺很休閒						●		
L1-07	這邊感覺比較有安全感						●		
L1-09	因為這邊有人潮					●			
L1-10	感覺蠻舒服						●		
L1-12	騎腳踏車比較多，特別來這邊運動			●					
L1-13	當然喜歡阿，不然怎麼一直來						●		
L1-14	單純的綠地	●							
L1-15	蠻不錯的						●		
L1-16	都會裡有這塊地算不錯						●		
L1-18	這邊給人感覺蠻清爽的						●		
L1-19	一些有水準的都會進駐到這邊						●		
L1-20	來這邊遊玩的人應該也蠻有水準						●		
L1-21	不會像強烈的動作什麼的，都是柔柔的						●		
L1-22	來這邊逛逛走走			●					
L1-23	有的就去買一些東西				●				
L1-26	然後這邊感覺從頭到尾都很清爽						●		
L1-27	時常辦活動			●					
L1-28	阿為什麼時常辦活動，就是因為這邊給人感覺蠻乾淨蠻清爽的			●			●		
L1-34	平地都是騎腳踏車			●					
L1-35	我是很少，是帶狗才會騎			●					
L1-36	阿不然我都散散步、逛逛、喝喝水			●					
L1-37	這我們要鼓勵(街頭藝人)他阿			●					
L1-41	景氣不好但多少可以求一些，蠻鼓勵的						●		

L1-42	我會看表演			●					
L1-45	有阿，我都是比如這邊有活動			●					
L1-47	因為這邊愈晚愈舒服，給人感覺啦						●		
L1-48	不會給人有一種恐懼感，不會啦						●		
L1-49	就感覺很舒服，來這裡						●		
L1-50	我們都到十一、二點，也很不錯餒						●		
L1-51	基本上不會有什麼事情發生						●		
L1-57	阿所以我還是喜歡這邊						●		
L1-59	我是覺得蠻不錯的						●		
L1-61	基本上我是蠻喜歡的						●		
L1-62	我覺得保持這樣狀況不錯						●		
L1-65	阿就是現在這些東西比較雜一點(指著旁邊馬路旁的施工建築)							●	
L1-71	感覺比較不舒服							●	
L1-72	印象沒有那麼好							●	
L1-74	我是覺得這邊很有自然風						●		
L1-76	給人感覺很安全						●		
L1-78	這邊的人基本上不會有大動作						●		
L1-80	阿所以我喜歡來這裡						●		
L1-87	像這邊我幾乎都沒看過，那麼久了						●		
L1-91	所以我看這些人都不錯耶						●		
L1-93	所以我蠻喜歡來這裡						●		
L1-94	帶狗狗來這裡走走			●					
L1-98	能把這一塊雞不拉屎的地方弄成這樣						●		
L1-99	我覺得蠻佩服，蠻用心的						●		
總計	總斷句數: 50 句	1	0	11	1	3	31	3	0

M. 假日遊客：老年女性(上班族)									
斷句編號	口語內容	實質景觀					知覺景觀		未來發展
		造景 1	設置物 2	活動 3	周邊景點 4	環境意象 5	魅力因素 6	減分因素 7	期待建議 8
M1-04	散步			●					
M1-06	有時候慢跑			●					
M1-07	參觀各種活動			●					
M1-08	還蠻喜歡的						●		
M1-09	綠地空間很多	●					●		
M1-10	辦的活動也都很有活力			●			●		
M1-11	還好，這樣比較有層次感，比較有變化						●		
M1-12	覺得很有藝術氣息						●		
M1-13	有悠閒的感覺						●		
M1-14	比較有活力						●		
M1-15	那裏的景觀不錯	●					●		
M1-16	綠地很多	●							
M1-17	活動很多			●					
M1-18	可以參與的很多						●		
M1-19	他能讓人比較放鬆						●		
M1-20	然後是一個很好休息的地方						●		
M1-21	可以多辦一些藝文活動								●
M1-24	主要是辦活動			●					●
總計	總斷句數：22句	3	0	6	0	0	11	0	2

附錄 3. 遊客問卷題項

親愛的受訪者,您好：

非常感謝您撥空填寫這份問卷！本問卷目的在瞭解遊客對於草悟道各方面的魅力評價。

請在閱讀完題目之後，勾選您寶貴的意見，以供本研究參考。

問卷採不記名方式作答，僅供學術使用，個人資料不對外公開，請安心填寫。

敬祝您 闔家平安，旅途愉快

東海大學 工業設計研究所
指導教授 陳明石 博士
研究生 白環禎 敬上

1.基本資料 (問題皆以勾選方式「單選」回答，唯獨最後一題為「可複選」。)

(1)請問您的性別？

(1)男 (2)女

(2)請問您的年齡層？

(1)17歲以下 (2)18~24歲 (3)25~44歲 (4)45~64歲 (5)65歲以上

(3)請問您的工作型態？

(1)學生 (2)上班族 (3)自由業 (4)家庭主婦(夫) (5)待業中 (6)已退休 (7)其他_____

(4)請問您最喜歡在哪個時段來草悟道？

(1)平日上午 (2)平日下午 (3)平日晚上 (4)假日上午 (5)假日下午 (6)假日晚上

(5)請問您目前的居住地？

(1)台中市 台中以外： (2)北部地區(基、北、桃、竹、苗) (3)中部地區(彰、投、雲、嘉)
 (4)南部地區(南、高、屏) (5)東部地區(宜、花、東) (6)外島地區 (7)國外

(6) 請問您到草悟道的交通方式？

(1)汽車 (2)機車 (3)公車 (4)腳踏車 (5)步行 (6)其他_____

(7) 請問您的車輛(包含汽機車、腳踏車)停放在？(無車輛免填)

(1)停車場 (2)誠品書局旁停車格 (3)附近巷子內 (4)其他_____

(8) 請問您預計在此停留的時間？

(1) 1小時內 (2) 2-3小時 (3) 4-5小時 (4) 6小時以上 (5) 住宿過夜

(9) 請問您的同行人數？(包含自己)

(1) 1人 (2) 2-5人 (3) 6-10人 (4) 10人以上

(10) 請問您曾經來過草悟道的次數？(包含本次)

(1) 第1次 (2) 2-5次 (3) 6-10次 (4) 10次以上

(11) 請問您還會想再來草悟道的意願？

(1) 不想再來 (2) 可能再來 (3) 偶爾會來(每2~3個月內) (4) 會常常來(每個月)

(12) 請問您前來草悟道的目的？(可複選)

(1) 散步或運動 (2) 逛街 (3) 用餐 (4) 參與當地活動 (5) 周邊景點 (6) 其他 _____

2. 魅力因素 (勾選出草悟道對於您正面與負面的條件因素，並請各別以複選方式填寫。)

請問草悟道吸引您的魅力因素是？(可複選)

(1) 周邊景點豐富 (2) 自在的感覺 (3) 休憩完善 (4) 機能完備 (5) 規劃完善
 (6) 具有安全感 (7) 活動多元 (8) 遮蔭佳 (9) 景觀綠化得宜 (10) 環境整潔
 (11) 商家型態 (12) 活動容易親近 (13) 具有文化、藝術氣息 (14) 具有休閒感
 (15) 草悟道聚集的人群是迷人的 (16) 其他 _____

請問草悟道讓您印象不佳的因素是？(可複選)

(1) 元素單調 (2) 垃圾桶設置不足 (3) 夜間燈光昏暗 (4) 停車場不足 (5) 步行危險
 (6) 休憩設施不足 (7) 周邊建築施工 (8) 無障礙設計不足
 (9) 不安心感 (草悟道上有人騎腳踏車、玩滑板) (10) 其他 _____

3.現況評估 (每個假設條件需做出不同感受程度的回答，請以單選方式填寫完整。)

當該項條件要素具備時，您會感到...	當「有此條件」時感到					當「無此條件」時感到					具備的「重要程度」				
喜歡：讓您感到喜歡。 理所當然：您覺得是應該的。 無所謂：您覺得沒有差別。 能接受：雖不喜歡，但還可以忍受。 不喜歡：讓您感到不喜歡。	喜 歡	理 所 當 然	無 所 謂	能 忍 受	不 喜 歡	喜 歡	理 所 當 然	無 所 謂	能 忍 受	不 喜 歡	毫 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	很 重 要
範例：草悟道具備足夠的諮詢服務。	✓								✓					✓	
活動															
01.有舉辦爵士音樂節、街頭藝人等表演活動															
02.有適合活動的空間條件 (例如：散步、逛街、運動)															
03.草悟道有舉辦各項展覽活動															
04.有舉辦各項藝文參與活動 (例如：寫書法、千人彩繪風車)															
周邊景點															
05.草悟道旁有商場型態的景點 (例如：誠品書局、勤美誠品、NOVA)															
當該項條件要素具備時，您會感到...	當「有此條件」時感到					當「無此條件」時感到					具備的「重要程度」				
喜歡：讓您感到喜歡。 理所當然：您覺得是應該的。 無所謂：您覺得沒有差別。 能接受：雖不喜歡，但還可以忍受。 不喜歡：讓您感到不喜歡。	喜 歡	理 所 當 然	無 所 謂	能 忍 受	不 喜 歡	喜 歡	理 所 當 然	無 所 謂	能 忍 受	不 喜 歡	毫 不 重 要	不 重 要	普 通	重 要	很 重 要
範例：草悟道具備足夠的諮詢服務。	✓								✓					✓	
06.草悟道旁有藝文方面的景點 (例如：國立台灣美術館、勤美術館)															
07.草悟道旁有教育性質的景點(例如：科博館)															
08草悟道周邊有文創老街(例如：范特喜微創)															
09.草悟道旁有更多不同類型的商家															
10.附近巷弄的規劃設計，擴大範圍後能更吸引人															
環境意象															

11.草悟道的氛圍營造，具備迷人的魅力																				
12.都市中的綠帶具備吸引人的特質																				
13.「遊客的聚集」使草悟道具有熱鬧的氛圍																				
14.遊客具有悠閒氣氛的感染力																				
15.豐富更多樣化的景觀生態，能增加其魅力																				
造景及設置物																				
16.草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力																				
17.草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適																				
18.路燈為草悟道增添迷人的氣氛																				
19.草悟道上有規劃水的設施能為景觀增添魅力 (例如：水幕、水流、噴霧)																				
20.草悟道上的休憩設施是充足完善的																				
21.設置多處垃圾桶，使遊客方便丟棄垃圾																				
22.設置足夠的停車空間，使停放車輛更方便																				
23.草悟道有足夠的諮詢服務提供協助																				

期待草悟道能變得更有魅力的改善建議：

本問卷到此結束，非常感謝您的耐心填寫！

附錄 4. 遊客設置物問卷題項

親愛的受訪者,您好：

非常感謝您撥空填寫這份問卷！本問卷目的在瞭解遊客對於草悟道設置物重要程度及滿意程度之評選，讀完題目之後，勾選您寶貴的意見，以供本研究參考。

問卷採不記名方式作答，僅供學術使用，個人資料不對外公開，請安心填寫。

敬祝您 闔家平安·旅途愉快

東海大學 工業設計研究所
 指導教授 陳明石 博士
 研究生 白環禎 敬上

台中草悟道設置物 滿意度問卷調查	重要程度 (此項設施的存在對於 草悟道來說是重要的 嗎?)					滿意程度 (對於此項設施目前的 滿意程度)				
	非常 不重 要	不 重 要	尚 可	重 要	非常 重 要	非常 不 滿 意	不 滿 意	尚 可	滿 意	非常 滿 意
1.草悟道上的休憩座椅是充足完善的										
2.草悟道上水的設施能為景觀增添魅力										
3.路燈為草悟道增添迷人的氣氛										
4.草悟道上的照明設備功能充足										
5.草悟道的步道空間平坦好走、寬敞舒適										
6.草悟道上的植栽造景具備迷人的魅力										
7.設置多處垃圾桶，使遊客方便丟棄垃圾										
8.公共藝術的美感及創造性										
9.旅遊導覽資訊充足且能提供協助										

基本資料

(1)性別 (1)男 (2)女

(2)年齡 (1)17歲以下 (2)18~24歲 (3)25~44歲 (4)45~64歲 (5)65歲以上

(3)工作型態

(1)學生 (2)上班族 (3)自由業 (4)家庭主婦(夫) (5)待業中 (6)已退休 (7)其他_____

(4) 請問您前來的交通方式？

(1)汽車 (2)機車 (3)公車 (4)腳踏車 (5)步行 (6)其他_____

(5)請問您前來草悟道的目的？(可複選)

(1) 散步或運動 (2)逛街 (3)用餐 (4)參與當地活動 (5)約會 (6)其他_____