

南 華 大 學
建築與景觀學系環境藝術碩士班
碩 士 學 位 論 文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM IN
ENVIRONMENTAL ARTS, DEPARTMENT OF ARCHITECTURE
AND LANDSCAPE DESIGN, NANHUA UNIVERSITY

嘉義市老屋咖啡廳室內空間意象之研究
A Study of Old-style Cafe Interior Spatial Images in Chiayi

研 究 生：孫渝婷
GRADUATE STUDENT : SUN, YU-TING

指 導 教 授：郭建慧 博士
ADVISOR : KUO, CHIEN-HUI

中 華 民 國 1 0 5 年 6 月

南 華 大 學
建築與景觀學系環境藝術碩士班
碩 士 學 位 論 文

嘉義市老屋咖啡廳室內空間意象之研究

研究生：孫渝婷

經考試合格特此證明

口試委員：_____

陳淑芬

郭建慧

指導教授：郭建慧

系主任(所長)：魏光苙

口試日期：中華民國 105 年 06 月 03 日

謝誌

首先，要感謝我的父親與母親大人，讓我在學習的這條路上萬分順遂，沒有意外地吃壞肚子或撞到頭，父親與母親大人也偶爾的關心與親切詢問我：「啊你到底是不是能畢業？」、或類似「我們今天又吃烤肉了，超爽！」的噓寒問暖，這些關愛我都謹記在心，父親大人、母親大人，感謝您們的呵護與愛護，未來換我來照顧您們吧。再來是我美麗、可愛、用心、細心、耐心、溫柔、智慧…的指導教授郭建慧老師，讓我毫無壓力的進行論文，適時的指引我方向，經常的溫柔陪伴，讓我在書寫論文的過程中，歡笑大過於疲累，謝謝您，郭媽啾咪。

研究所的這幾年中，家裡發生了很大的變化，因為哥哥的關係，我獲得了位嫂嫂「美利」，嫂嫂是位非常厲害的人，可以把橘子擺成金字塔，一上車就馬上睡著，餐桌上的擺盤可以擺出軸線，為此我還開了個「#嫂嫂餐桌日常」標籤，等等的厲害事蹟，感謝嫂嫂的出現，讓我回到家的時候變得更加有趣。噢！感謝哥哥讓我獲得嫂嫂。弟弟也非常用心的幫助我完成論文，是我非常敬佩的對象，雖然很常晃點我，但在兩天之內就看完我的論文，還和我一起熬到早上兩個人都快睡著的修改論文，弟弟也將邁向人生的另一個階段，在聰明又可愛的姐姐的加持之下一定會事事順心，家裡的成員也將要變多，然後我依舊個魯蛇。我的好友楊于潔，告訴我「我們正往著自己的人生目標一步一步努力，很多事情需要時間去證明它的成果」，根本就是天使般的存在，而她也已經是位令人敬佩的白衣天使了，雖然一年最多見三次面，但我真的很感謝我的生命中有妳，在醫護界的妳，辛苦了。再來要感謝我的小女友曾亞棋，自從把我加入熱線以後，幾乎每天都叮嚀我「妳的論文呢？」、「妳到底行不行？」、「肚子餓了，快送吃的來！」然後就是四到六小時的「不讓妳睡」熱線啾咪，雖然我們不再同個城市，但妳總是努力的讓我感受到妳熱烈的愛，我真的一點都不嫌棄遇到妳。倪國方是我在大學與研究所中遇見對我幫助很大的朋友，總是提醒我東、提醒我西，讓我很順利的畢業也完成了論文。再來是邱傑暉，很感謝你總是在我身邊加油打氣，接下來換你要挑戰了，相信你也一定能順利破關，畢竟我都把金手指傳授給你、幫你把閃避、會心點滿，還送你幾顆增傷寶石了，希望能賜予你更多的努力和決心，加油！

也要感謝我在研究所中遇到的所有人，不管是老師們、系助淑娟姊、朋友郭柏彥、李翊楷、室友學妹陳琬筑、蘇俐嘉…！最後，更要感謝協助我完成論文的咖啡廳，玉山旅社、Come Home 咖啡漫步、國王•蝴蝶•秘密基地、芙甜，以及其他有被我打擾到的店家，再次感謝，謝謝所有人的協助與陪伴。

南華大學建築與景觀學系環境藝術碩士班
104 學年度第 2 學期碩士論文摘要

論文題目：嘉義市老屋咖啡廳室內空間意象之研究

研究生：孫渝婷

指導教授：郭建慧博士

論文摘要內容：

摘要

近幾年吹起的老屋風潮也影響了嘉義，老屋商店如雨過春筍般的冒出，但為何要保存老屋？老屋真正的價值到底為何？經營者的想法是什麼？經營者所選擇老屋的想法與想傳達的經營理念，消費者又是否能夠理解？而其中是否真的能實現保存老屋的初衷？

老屋所存有的「體現環境變遷的過程」、「地方特色」、「常民文化再現」、「工匠技藝傳承」價值，當經營者活化老屋，保存了老屋的軀殼、老屋的價值、加入自己的想法，將老屋的靈韻悄悄轉化成一個全新但消費者卻不陌生的狀態，讓老屋在有限的生命裡將文化與價值傳遞給大眾。老屋的價值與老屋活化並非每個人都能理解，在不同的族群裡，接收到老屋的訊息或經營者的訊息也都有所差異，而老屋經營者使老屋的價值更貼近常民生活、老屋的文化下放到民眾之間觸手可及，如能適度的調換經營者與消費者之間的感受，更能促使經營者了解消費者的想法，讓老屋成為更好的文化傳遞媒介。因此，本研究以「嘉義市老屋咖啡廳室內意象」為探討目標，其目的如下：1.了解經營者保存老屋的想法。2.調查老屋意象。3.消費者的老屋空間感受與意象。4.最後從經營者與消費者的認知之間試圖找出轉化的可能。

關鍵字：老屋價值、意象語意、環境心理

目錄

謝誌.....	I
摘要.....	II
目錄.....	III
圖目錄.....	VI
表目錄.....	XI
第一章 緒論.....	1
第一節、研究動機.....	1
一、老屋欣力價值演變.....	1
二、嘉義市老屋保存現象.....	5
三、保存與再現.....	8
第二節、研究目的.....	9
第三節、研究範圍與方法.....	10
一、嘉義市咖啡廳樣本的選擇.....	10
二、研究調查及訪談對象.....	11
三、研究方法.....	11
四、研究架構.....	12
第二章 文獻探討.....	13
第一節、老屋存在的價值.....	13
一、臺灣文化保存之演變.....	13
二、保存的理由.....	18
三、保存的方式.....	25
第二節、空間意象.....	33
一、空間的形成.....	33
二、空間的經驗.....	33
三、意象的產生.....	35

四、 空間認知.....	37
第三節、 影響空間經驗之變數.....	39
一、 空間的組成.....	40
二、 人的體驗.....	44
第三章 研究設計與實施.....	49
第一節、 研究對象.....	49
一、 玉山旅社.....	49
二、 Come Home 咖啡漫步.....	60
三、 國王•蝴蝶•秘密基地.....	71
四、 芙甜.....	80
第二節、 問卷說明.....	90
一、 問卷架構.....	90
二、 問卷說明.....	91
三、 分析方法.....	93
第四章 研究分析與討論.....	95
第一節、 玉山旅社 分析資料.....	95
一、 基礎調查結果.....	95
二、 空間印象分析.....	99
三、 族群空間偏好分析.....	100
第二節、 Come Home 咖啡漫步 分析資料.....	121
一、 基礎調查結果.....	121
二、 空間印象分析.....	125
三、 族群空間偏好分析.....	126
第三節、 國王•蝴蝶•秘密基地 分析資料.....	146
一、 基礎調查結果.....	146
二、 空間印象分析.....	150
三、 族群空間偏好分析.....	151

第四節、 芙甜 分析資料.....	171
一、 基礎調查結果.....	171
二、 空間印象分析.....	175
三、 族群空間偏好分析.....	176
第五節、 抽樣老屋咖啡廳之比較分析.....	196
一、 個人屬性分析.....	196
二、 空間偏好分析.....	197
第六節、 問卷資料統計結果分析.....	198
一、 老屋與消費者.....	198
二、 經營者與消費者.....	199
三、 研究結果.....	201
第五章 結論.....	203
一、 老屋是當代的刺激.....	204
二、 老屋是生活的展現.....	204
三、 老屋是空間元素的價值.....	205
四、 老屋未來的轉化可能.....	205
參考文獻.....	207
附錄.....	213
附錄一 訪談紀錄.....	213
2015/09/10 玉山旅社（受訪者：余國信）.....	213
2015/09/10 洪雅書房（受訪者：洪雅書房員工）.....	218
2014/12/17 Come Home 咖啡漫步（受訪者：Nicole）.....	222
2016/03/10 國王•蝴蝶•秘密基地（受訪者：老吳）.....	234
2015/09/02 芙甜（受訪者：馮經理）.....	255
附錄二 問卷設計.....	263

圖目錄

圖 1 老屋欣力地圖	4
圖 2 欣府城，好生活 地圖	5
圖 3 神農街散步地圖	5
圖 4 懷舊小館的店面	6
圖 5 懷舊小館內販售的商品	6
圖 6 懷舊小館二樓用餐區域	6
圖 7 懷舊小館的授課作品	6
圖 8 鐵花大門	22
圖 9 鹿造型鐵花窗	22
圖 10 醫生館石子地板	23
圖 11 相館石子地板	23
圖 12 客製化水泥磚	23
圖 13 農業社會水泥花磚	23
圖 14 浴缸馬賽克磚	24
圖 15 浴室馬賽克磚	24
圖 16 馬約利卡磚	24
圖 17 經營者的老屋意象歷程	36
圖 18 消費者接受空間訊息的歷程	39
圖 19 在老屋空間內經營者與消費者之間的關係	40
圖 20 玉山旅社	49
圖 21 玉山旅社位置圖	50
圖 22 玉山旅社一樓平面圖繪製	52
圖 23 一樓櫃檯窗口	53
圖 24 販賣的商品（一）	53
圖 25 販賣的商品（二）	53
圖 26 一樓座位區	53
圖 27 一樓的天花板梁柱	53
圖 28 樓梯連接的部分	53
圖 29 玉山旅社二樓平面圖	54
圖 30 二樓座位區	54
圖 31 保留過去的東西	54
圖 32 舊式的桌椅檯燈	55
圖 33 退休鐵路員工所使用的燈具	55
圖 34 原本旅社的書桌	55
圖 35 原本旅社晾衣的方式	55
圖 36 白蟻啃蝕的木塊	55

圖 37 座位區的窗簾	55
圖 38 裸露的竹編夾泥牆	56
圖 39 未鋸斷的木頭	56
圖 40 通鋪房間	56
圖 41 直通的通道	56
圖 42 天花板漏水的註記	56
圖 43 舊式的配電方式	56
圖 44 相連的另一棟	57
圖 45 以前的壁櫥	57
圖 46 另一棟二樓空間（一）	57
圖 47 另一棟二樓空間（二）	57
圖 48 被剪斷的鐵花窗	57
圖 49 另一棟二樓天花板	57
圖 50 Come Home 咖啡漫步	60
圖 51 Come Home 咖啡漫步位置圖	60
圖 52 林竹生與女兒一同舉辦畫展，在「荔枝王」前合影。	61
圖 53 Come Home 咖啡漫步一樓平面圖	64
圖 54 店內販售的商品	65
圖 55 櫃台	65
圖 56 通道	65
圖 57 原本的門與改造過後的門	65
圖 58 牆壁的材質	65
圖 59 保留下來的鐵花窗	65
圖 60 窗台的座位	66
圖 61 平靜的氛圍	66
圖 62 抽屜書櫃	66
圖 63 鐵拉門裝飾	66
圖 64 Come Home 咖啡漫步二樓平面圖	66
圖 65 抵石子樓梯	67
圖 66 樓梯間的吊燈	67
圖 67 通道	67
圖 68 二樓座位區（一）	67
圖 69 二樓座位區（二）	68
圖 70 二樓座位區（三）	68
圖 71 二樓座位區（四）	68
圖 72 屋頂	68
圖 73 二樓座位區（五）	68
圖 74 鐵花窗裝飾	68

圖 75 國王・蝴蝶・秘密基地	71
圖 76 國王・蝴蝶・秘密基地位置圖	71
圖 77 國王・蝴蝶・秘密基地平面圖	75
圖 78 座位區（一）	76
圖 79 座位區（二）	76
圖 80 入口	76
圖 81 座位區（三）	76
圖 82 老闆分享的書（一）	77
圖 83 老闆分享的書（二）	77
圖 84 Something 刊物	77
圖 85 牆面	77
圖 86 愛迪生燈泡	77
圖 87 地下室入口	77
圖 88 芙甜	80
圖 89 芙甜位置圖	82
圖 90 芙甜一樓平面圖	82
圖 91 一樓座位空間	83
圖 92 老屋結構	83
圖 93 吊燈	83
圖 94 展示空間	83
圖 95 芙甜二樓平面圖	84
圖 96 A 樓梯	84
圖 97 二樓 A 區座位（一）	84
圖 98 老屋架構	85
圖 99 獨立洗手台	85
圖 100 二樓 A 區座位空間（二）	85
圖 101 通往 B 空間	85
圖 102 觀看樓下	85
圖 103 二樓 B 區座位空間（一）	86
圖 104 二樓 B 區座位空間（二）	86
圖 105 C 空間旋轉梯	86
圖 106 造型燈	86
圖 107 二樓 C 區座位窗景	86
圖 108 C 區高低起伏的空間	86
圖 109 二樓 C 區座位區（一）	87
圖 110 原本的窗	87
圖 111 二樓 C 區座位區（二）	87
圖 112 二樓 C 區座位區（三）	87

圖 113 二樓 C 區座位區 (四)	87
圖 114 二樓 C 區座位區 (五)	87
圖 115 問卷設計流程圖	90
圖 116 玉山旅社性別圓餅圖	95
圖 117 玉山旅社年齡長條圖	95
圖 118 玉山旅社教育程度長條圖	96
圖 119 玉山旅社專業背景長條圖	96
圖 120 玉山旅社居住地長條圖	96
圖 121 玉山旅社老屋初始印象長條圖	97
圖 122 玉山旅社空間要素長條圖	97
圖 123 玉山旅社到訪次數圓餅圖	98
圖 124 玉山旅社停留時間長條圖	98
圖 125 玉山旅社所屬色系長條圖	98
圖 126 玉山旅社之性別與色系長條圖	118
圖 127 Come Home 咖啡漫步性別圓餅圖	121
圖 128 Come Home 咖啡漫步年齡長條圖	121
圖 129 Come Home 咖啡漫步教育程度長條圖	121
圖 130 Come Home 咖啡漫步專業背景長條圖	122
圖 131 Come Home 咖啡漫步居住地長條圖	122
圖 132 Come Home 咖啡漫步老屋初始印象長條圖	123
圖 133 Come Home 咖啡漫步空間要素長條圖	123
圖 134 Come Home 咖啡漫步到訪次數圓餅圖	124
圖 135 Come Home 咖啡漫步停留時間長條圖	124
圖 136 Come Home 咖啡漫步所屬色系長條圖	124
圖 137 Come Home 咖啡漫步之性別與色系長條圖	143
圖 138 國王・蝴蝶・秘密基地性別圓餅圖	146
圖 139 國王・蝴蝶・秘密基地年齡長條圖	146
圖 140 國王・蝴蝶・秘密基地教育程度長條圖	147
圖 141 國王・蝴蝶・秘密基地專業背景長條圖	147
圖 142 國王・蝴蝶・秘密基地居住地長條圖	147
圖 143 國王・蝴蝶・秘密基地老屋初始印象長條圖	148
圖 144 國王・蝴蝶・秘密基地空間要素長條圖	148
圖 145 國王・蝴蝶・秘密基地到訪次數圓餅圖	149
圖 146 國王・蝴蝶・秘密基地停留時間長條圖	149
圖 147 國王・蝴蝶・秘密基地所屬色系長條圖	149
圖 148 國王・蝴蝶・秘密基地之性別與色系長條圖	167
圖 149 芙甜性別圓餅圖	171
圖 150 芙甜年齡長條圖	171

圖 151 芙甜教育程度長條圖	171
圖 152 芙甜專業背景長條圖	172
圖 153 芙甜居住地長條圖	172
圖 154 芙甜老屋初始印象長條圖	173
圖 155 芙甜空間要素長條圖	173
圖 156 芙甜到訪次數圓餅圖	174
圖 157 芙甜停留時間長條圖	174
圖 158 芙甜所屬色系長條圖	174
圖 159 芙甜之性別與色系長條圖	193
圖 160 抽樣老屋咖啡廳之性別圓餅圖	196
圖 161 抽樣老屋咖啡廳之年齡長條圖	196
圖 162 抽樣老屋咖啡廳之居住地長條圖	197



表目錄

表 1 老屋欣力活動歷年入選名單	1
表 2 嘉義市老屋活化名單	7
表 3 嘉義市老屋咖啡廳研究對象名單	11
表 4 1970 年代在臺灣發生的重大的古蹟保存事件	16
表 5 三種保存方式的定義	29
表 6 老屋活化價值	48
表 7 玉山旅社分析表	58
表 8 Come Home 咖啡漫步分析表	69
表 9 國王・蝴蝶・秘密基地分析表	78
表 10 芙甜分析表	88
表 11 空間形容詞選擇過程一覽表	92
表 12 分析項目表	94
表 13 玉山旅社空間氣氛量表	99
表 14 玉山旅社之性別氣氛量表	101
表 15 玉山旅社之年齡氣氛量表	103
表 16 玉山旅社之教育程度氣氛量表	106
表 17 玉山旅社之專業背景氣氛量表	108
表 18 玉山旅社之居住氣氛量表	111
表 19 玉山旅社之初始印象氣氛量表	115
表 20 玉山旅社之到訪次數氣氛量表	116
表 21 玉山旅社之停留時間氣氛量表	117
表 22 玉山旅社之所屬色系氣氛量表	117
表 23 玉山旅社之年齡與色系	118
表 24 玉山旅社之教育程度與色系	118
表 25 玉山旅社之專業背景與色系	119
表 26 玉山旅社之年齡與老屋初始印象	119
表 27 玉山旅社之居住地與老屋初始印象	120
表 28 玉山旅社之專業背景與空間要素	120
表 29 Come Home 咖啡漫步空間氣氛量表	125
表 30 Come Home 咖啡漫步之性別氣氛量表	127
表 31 Come Home 咖啡漫步之年齡氣氛量表	128
表 32 Come Home 咖啡漫步之教育程度氣氛量表	131
表 33 Come Home 咖啡漫步之專業背景氣氛量表	133
表 34 Come Home 咖啡漫步之居住地氣氛量表	136
表 35 Come Home 咖啡漫步之初始印象氣氛量表	140
表 36 Come Home 咖啡漫步之到訪次數氣氛量表	141

表 37	Come Home 咖啡漫步之停留時間氣氛量表	142
表 38	Come Home 咖啡漫步之所屬色系氣氛量表	142
表 39	Come Home 咖啡漫步之年齡與色系	143
表 40	Come Home 咖啡漫步之教育程度與色系	144
表 41	Come Home 咖啡漫步之專業背景與色系	144
表 42	Come Home 咖啡漫步之年齡與老屋初始印象	144
表 43	Come Home 咖啡漫步之居住地與老屋初始印象	145
表 44	Come Home 咖啡漫步之專業背景與空間要素	145
表 45	國王・蝴蝶・秘密基地空間氣氛量表	150
表 46	國王・蝴蝶・秘密基地之性別氣氛量表	152
表 47	國王・蝴蝶・秘密基地之年齡氣氛量表	153
表 48	國王・蝴蝶・秘密基地之教育程度氣氛量表	156
表 49	國王・蝴蝶・秘密基地之專業背景氣氛量表	158
表 50	國王・蝴蝶・秘密基地之居住地氣氛量表	161
表 51	國王・蝴蝶・秘密基地之初始印象氣氛量表	164
表 52	國王・蝴蝶・秘密基地之到訪次數氣氛量表	166
表 53	國王・蝴蝶・秘密基地之停留時間氣氛量表	166
表 54	國王・蝴蝶・秘密基地之所屬色系空間氣氛量表	167
表 55	國王・蝴蝶・秘密基地之年齡與色系	168
表 56	國王・蝴蝶・秘密基地之教育程度與色系	168
表 57	國王・蝴蝶・秘密基地之專業背景與色系	168
表 58	國王・蝴蝶・秘密基地之年齡與老屋初始印象	169
表 59	國王・蝴蝶・秘密基地之居住地與老屋初始印象	169
表 60	國王・蝴蝶・秘密基地之專業背景與空間要素	170
表 61	芙甜整體氣氛量表	175
表 62	芙甜之性別氣氛量表	177
表 63	芙甜之年齡氣氛量表	178
表 64	芙甜之教育程度氣氛量表	181
表 65	芙甜之專業背景氣氛量表	183
表 66	芙甜之居住地氣氛量表	186
表 67	芙甜之初始印象氣氛量表	190
表 68	芙甜之到訪次數氣氛量表	191
表 69	芙甜之停留時間氣氛量表	192
表 70	芙甜之所屬色系氣氛量表	192
表 71	芙甜之年齡與色系	193
表 72	芙甜之教育程度與色系	194
表 73	芙甜之專業背景與色系	194
表 74	芙甜之年齡與老屋初始印象	194

表 75 芙甜之居住地與老屋初始印象	195
表 76 芙甜之專業背景與空間要素	195
表 77 抽樣老屋咖啡廳之老屋初始印象	197



第一章 緒論

第一節、研究動機

近幾年興起了老屋空間活化的風潮，老屋被活化成各式各樣的商店及藝文空間，使原本的老屋有了完全不同的風貌。當我們進入老屋商店的空間裡，所看到的景象已經和以前老屋的面貌有所不同，活化後的老屋空間裡，除了原老屋空間的特質外，還注入了經營者的想法和個人特色，這樣活化的老屋空間便誕生了。「老屋活化」成為社會上重要的趨勢，一個適當的「活化」策略可為老屋帶來新生命，使這些老舊的建築物重新和現代生活型態結合在一起，而建築物本身帶給人的記憶也得以延續，舊建築也用一種全新的面貌繼續生存在城市裡。

活化的空間不單只是保存了老屋的軀殼，也包含著老屋價值與經營者想法，當經營者將這三件事情融合在一起時，老屋的靈韻就悄悄地被轉化成為一個全新但我們卻不陌生的狀態呈現。經營者的想法是什麼呢？消費者是否能夠瞭解或接收到老屋原有的空間氛圍與經營者的想法？

一、老屋欣力價值演變

新房子越來越多，相對房屋汰換速度也越來越快，但許多人選擇承租那些不符合使用的老舊房子開始自己的事業，且同時也保存了歷史建築與文化。

這股老屋活化風潮，一開始是由「台南古都保存再生文教基金會」推動的老屋運動「老屋欣力」而起的，讓台南的老房子逐漸被重視（表 1），漸漸影響全台對老屋的重視，從台南「老屋欣力」、台北「老屋新生大獎」到嘉義市「舊屋力」補助計畫等。

表 1 老屋欣力活動歷年入選名單

年份	名稱	空間使用	備註
2008 第一屆 老屋 欣力	窄門咖啡館	咖啡廳	
	伊藤料理	餐廳	
	信裕軒（首學分鋪）	伴手禮	
	怪獸茶坊	輕食、咖啡廳	
	水麗花宴	餐廳	
	隨光呼吸幸福料理	餐廳	已歇業（2015）
	綠橄欖生活飲食	餐廳	
	溫室烘焙屋	下午茶、甜點店	已歇業（2013）
	18 巷花園香草餐廳	餐廳	

年份	名稱	空間使用	備註
入 選 案 例	BAKKU	餐廳	
	Kinks25 tea house / rock bar	酒吧	
	Suck lounge bar	酒吧	
	巴黎嫩玫瑰長廊賣酒	酒吧	
	奉茶	茶店	
	藍晒圖	景點	已搬遷
	赤崁擔仔麵	餐廳	
	Inart space	畫廊	
2010 第 二 屆 老 屋 欣 力 入 選 案 例	α bar	酒吧	已歇業
	K's 當代藝文空間	藝文空間、咖啡廳、輕食	已改為 Best Friend 服飾店
	57 藝術工作室	藝術工作室	
	Hive	酒吧	
	Dr. Hair	美髮沙龍	
	Level	酒吧	已歇業
	Bing Cherry Hair Salon	髮廊	
	二空阿國	酒吧	已歇業 (2012)
	橋下	酒吧	
	破屋	早午餐、餐飲藝文空間	
	太古 TAIKOO	設計師北歐復古傢俱、酒吧	
	草祭	二手書店	
	鯨吞燒	燒烤店	
	鑽石樓	餐廳、酒吧	
	寮國咖啡	咖啡廳	
	台窩灣民居	民居	
	M&M 音樂廚房	餐廳	
	連晟旅行社	旅遊分享空間、旅行社業務 承辦	
	財團法人基督教國度豐收教會	教會	
	佳佳西市場旅店	旅社	
飛魚記憶美術館	婚紗館、展場空間	已搬遷	
KOOKS SURF BAR	酒吧		
2015 第 三 屆	里院	住家及設計工作室	位於金門
	衛屋茶事	茶、甜點、手作工作室	
	1982 Life house	冰淇淋店	
	十八卯茶屋	茶、甜點	
	五味屋	兒童青少年的社區活動場	位於花蓮

年份	名稱	空間使用	備註
老屋欣力入選案例		所	
	打狗文史再興會社	關心文史保存與再生的聚會場所	位於高雄
	本冊	書店	位於台中
	百果樹紅磚屋	咖啡廳、藝文空間	位於宜蘭
	江山藝改所	咖啡廳、甜點	位於新竹
	好伴	共同工作空間	位於台中
	豆儿	藝廊	
	林檎二手書室	二手書店	
	草祭二手書店	二手書店	
	書店喫茶一二三亭	咖啡廳、書店	位於高雄
	連晟旅遊	旅行社	
	暖暖蛇咖啡館	咖啡廳	
	慕紅豆	甜點店	

資料來源：本研究整理自老屋欣力網站

因新的需求而不斷改變與成長的城市，「歷史建築與環境是人類社會的生活經驗累積，亦為眾人所成就的共同文化遺產（古都保存再生文教基金會—成立宣言）」，改變與成長必然要使用到舊有的「硬體」或「軟體」設備¹，利用的方式有很多種，有的是全然摧毀，也有的全然保存，但在城市裡把所有舊有的設備都摧毀會造成歷史斷層；而保留所有的舊設備則會阻礙城市的發展（邱銘珠，2003：11-2），但如果能將這些舊有的設備建築物重新規劃、整理，加入新的想法或使用機能，例如老屋空間活化，讓老屋以新的姿態延續下去，這些老屋不僅推動了城市發展，也讓自身融入其中。老房子們變成了餐廳、咖啡廳、旅社、文創工作室、書店、酒吧等等，老屋活化的過程中，經營者所想要保存與守護的老屋的故事是什麼？除了老屋的軀殼被保存外，消費者究竟能感受到多少經營者想要保存的老屋故事？

因老屋欣力的影響，從 2008 到 2014 年台南出現了許多活化空間，古都保存再生文教基金會提出有不少需要檢討的現象，所以在 2014 年 4 月修訂了老屋欣力的宣言：

- 1、守護在地歷史文化價值，不盲目復舊。
- 2、珍惜多元常民生活元素，不虛假造作。
- 3、認同公益回饋與利潤分享，不炒作哄抬。
- 4、友善土地環境與鄰里社區，不干擾破壞。
- 5、恪守公眾安全並尊重專業判斷，不敷衍買進。

¹ 此指建築或文化，但不斷成長的城市不只需要這些。

6、鼓勵創新思維，成就美好生活，展現歷史城市應有的格局與氣度。

這股老屋活化風潮不可避免地出現了些過度「商品化」(老屋變成了一種指標，只要打著老屋的名號就能吸引許多消費者。)、「跟風」(最原始想要保存老屋的意義已經不在，老屋變成只是一股潮流，空有老屋軀殼的商店已不在少數。)等等的老屋空間。修訂的老屋欣力宣言裡，「守護在地歷史文化價值，不盲目復舊。」讓老屋跟著時代前進，而非將老屋的故事鎖定於某個時期，老屋過程中所受的風雨，都是堆疊老屋故事最好的證明，所以應該要更真實、更包容、更開放的保存與活化觀點，活化後的老屋讓民眾更易於親近，不僅如此，在使用上也更貼近現代生活機能，並能真實感受老屋原有的環境氣氛，「珍視多元常民生活元素，不虛假造作(老屋欣力宣言)。」

老屋欣力藉由對老屋空間的活化，達到城市文化與生活經驗的再詮釋，進而塑造對城市的生活環境之獨特性，帶動了市民主動參與文化資產的保存與再生(蔡孟軒，2014：2-3)，老屋欣力透過老屋串聯圖，樂遊老屋欣力地圖(圖 1)、老屋店家自發性的繪製老屋地圖(圖 2、圖 3)等，推廣教育活動等常態性的活動來推動老屋再利用，老屋欣力也在 2015 年的選拔中邀請其他縣市老屋再利用的空間參與活動(表 1)。



圖 1 老屋欣力地圖²

² 來源：老屋欣力網站 <http://www.fhccr.org.tw/news/2011/papago20110131.jpg> (2015/10/07)



圖 2 欣府城，好生活 地圖³

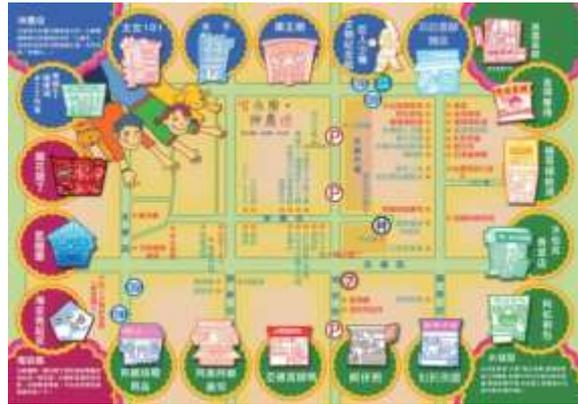


圖 3 神農街散步地圖⁴

二、嘉義市老屋保存現象

隨著老屋風潮新興起，吸引返鄉創業青年，自 2009 年嘉義市出現已老屋為主的獨立商店，至今日嘉義市政府也加入保存老屋行列，推動「舊屋力」補助計畫，鼓勵民間投入閒置老屋的活化與保存行動所訂定的補助計畫，於 2014 擬定「舊有建築再利用補助計畫（文化局/行政處，2014）」，推展嘉義市舊有建築空間與人文融合，以活化的方式再現老建築舊有風采，進而形塑具有歷史特色的市容，成為政府與民間共同保存舊有建築的計畫，並鼓勵民間業者運用創意方式加以經營，使嘉義市老建築受到關注與保護（103 年度嘉義市舊有建築活化再利用補助計畫）。「舊屋力」是針對民間的老屋修復、保存，以及使老屋更親近於民眾的補助計畫，補助分為兩種，一是小型修繕類的補助計畫，二是文化經營類的補助計畫，鼓勵更多民眾投入活化、保存閒置老房子的行列。政府單位也與建築業合作，成立舊建材銀行，使舊建材拆下後不被棄置毀損，能在其他老屋被賦予新生。許多年輕人也透過承租、改造老房子，一圓返鄉創業夢。

為了鼓勵民間的老屋保存運動，文化局/行政處在 2014 年 4 月舉辦的舊屋記者會，將舉辦地點設於懷舊小館，是個私人老屋餐廳，並邀請老闆王亞珍、老房子 1955 餐廳老闆吳宇璇、這裡料理工作室老闆陳玟伶三位已修復老屋的成功案例來分享老屋修復經驗。

而舉辦第一次舊屋記者會地點的懷舊小館是一棟 50 多年的老木屋（圖 4），活化成台式風味餐廳，內部氣氛佈置成鄉村風格（圖 5、圖 6），大部分都來自老闆的收藏和製作，除此之外也有提供場地給婚紗攝影及手作課程教學（圖 7），老屋活化空間也能以多元複合的方式呈現使用。

³來源：欣府城，好生活展覽活動 <http://www.meet-tainan.org.tw/distribute.php>（2015/10/07）

⁴來源：台南。微旅行部落格 <http://microtravel.weebly.com/>（2015/10/07）



圖 4 懷舊小館的店面⁵



圖 5 懷舊小館內販售的商品⁶



圖 6 懷舊小館二樓用餐區域⁷



圖 7 懷舊小館的授課作品⁸

邀請到的吳宇璇是老房子 1955 餐廳的老闆，相較懷舊小館更小的一間餐廳，吳宇璇後來與朋友合作陸續又開了老系列餐廳、咖啡廳，分別是老洋房 1931、老鄰居 1911、老院子 1951(想喝)、老大通 1941，老屋活化也從原本的老房子 1955 的用餐空間延伸至老院子 1951⁹，老院子 1951 的閱讀空間，空間使用上也越來越豐富。

2015 年 3 月舉辦的舊屋記者會是於融合街一棟 80 多年原本嚴重頹圯的台式老屋，在法國裝置藝術家齊方斯¹⁰的修繕將老屋起死回生，活化為法式料理小館，

⁵ 來源：懷舊小館臉書粉絲頁

<https://www.facebook.com/477540742344131/photos/a.579705378794333.1073741832.477540742344131/579706148794256/?type=3&theater> (2015/10/07)

⁶ 來源：懷舊小館臉書粉絲頁

<https://www.facebook.com/477540742344131/photos/a.579705378794333.1073741832.477540742344131/579706108794260/?type=3&theater> (2015/10/07)

⁷ 來源：懷舊小館臉書粉絲頁

<https://www.facebook.com/477540742344131/photos/a.579705378794333.1073741832.477540742344131/579706322127572/?type=3&theater> (2015/10/07)

⁸ 來源：懷舊小館臉書粉絲頁

<https://www.facebook.com/477540742344131/photos/a.487895024642036.1073741831.477540742344131/783538258411043/?type=3&theater> (2015/10/07)

⁹ 老院子 1951 是家專以外賣外送為主的輕食咖啡廳

¹⁰ 有著修復巴黎三、四百年年歷史建物經驗，不只有修繕餐廳，也在嘉義地區有參與社區彩繪活動。

內部空間時尚卻又散發諸羅古厝風情。為了讓活化的老屋不致失去原有風貌，齊方斯研究民國初年台式建築的特色，到處拾荒、蒐集舊建材和老檜木料，鐵花窗窗花也都是親手雕刻而成，使原本破敗的老屋，在細心修復之下注入新活血，在空間內復古與現代融合，再創「古諸羅」的新生命（文化局/行政處，2015）。

從（表 2）老屋活化名單中可了解目前嘉義市老屋活化的狀況，許多店家紛紛參與舊屋力的補助計畫，老屋不只有活化成商業用途也有非商業使用的空間。

表 2 嘉義市老屋活化名單

104 年 度 舊 屋 力 補 助 名 單	名稱	使用	屋齡	備註
	48 home	早午餐	70 年	木構建築原為西裝店
	這裡個人料理工作室	簡餐	50 年	日式木構建築 原彰化銀行員工宿舍
	比杜拉文藝	文創商店	60 年	
	芙甜法式點心坊	甜點	80-100 年	原為日本技師的家
	巴美食堂	簡餐	69 年	
	嘉木居	古物、文創	80 年	
103 年 度 舊 屋 力 補 助 名 單	Come home 咖啡漫步	咖啡、小餐點	50 年	國畫家林竹生的家
	這裡個人料理工作室	簡餐	50 年	日式木構建築 原彰化銀行員工宿舍
	二通 672	咖啡、背包客棧	70 年	原為塑膠行
	巴美食堂	簡餐	69 年	
	懷舊小館	餐廳	50 年	
	48 home	早午餐	70 年	木構建築原為西裝店
	和平路 223 巷閩式三合院		80 年	檜木老建築
其 他	玉山旅社	咖啡、背包客棧	60 年	原為旅社
	Daisy 的雜貨店	咖啡、雜貨	60 年	原為民宅
	屋子裡有甜點	甜點	60 年	原為印刷行
	BLESS	咖啡、服飾	40 年	五、六零年代店面式住宅
	Brooklyn	餐廳	80 年	原為第四信用合作社宿舍
	日安！阿哩嘎荳 生活概念空間	點心、藝文空間	40 年	已搬遷
	國王・蝴蝶・秘密基	咖啡廳、藝文空	40 年	原為民宅

其他	地	間		
	老房子 1955	餐廳	60 年	原為民宅
	老洋房 1931	餐廳	80 年	原為內科診所
	老鄰居 1911	餐廳	100 年	
	老院子 1951 (想喝)	甜點、飲料外帶店	60 年	
	老大通 1941	餐廳	70 年	
	初和風精緻咖哩	餐廳	80 年	日式宿舍

資料來源：本研究整理自舊屋力與老屋欣力網站

三、保存與再現

「老屋活化」是將與時代脫節的老房子重新接上社會的軌道，這些老房子都有著某些時期的特徵，而這些特徵都緊密相連著人在某個時期的記憶，曾經有過老屋記憶的人，對老屋就感到不陌生，所以老屋活化也重建著現代人與老屋的關係。

緊鄰著周遭居民的記憶和鄉土情感的老屋，「可能很像我們小時候常去的爺爺奶奶家、可能很像是我們自己的老家」，當經營者進駐改變了老屋，我們是否還認得出來，那是和我們記憶有連結的地方嗎？我們是否還擁有對於過去老屋熟悉的感受？老屋是個實質存在且不論是地景或文化的時間改變，都被一點一滴的刻畫上，活化後的老屋成為文化再現、想像與感情託付的對象，經營者是依著什麼樣的心情在保護老屋，將這些老屋建築保存在現代的都市中，除了老屋本身所經歷的歷史外，經營者也注入了對未來生活的想像與認同，讓老屋換上不同的風貌，除了保存著歷史性的記憶空間，也表達著經營者所創造的想像與生活經驗(陳珮雯，2015：摘要)。

經營者想要呈現的活化空間氛圍是什麼？而讓消費者感受到的又是什麼？老屋都蘊含著某個時期的文化與記憶，在活化的過程中是否有完好的保存？消費者是否還能在活化後的老屋空間內感知「老屋的價值」？在沒有導覽解說的情況下進入老屋空間內，是否還能了解老屋的故事、老屋的價值或是經營者的想法？面對時代的改變，留下的老屋可能已經不符合現在的使用需求，該如何改變老屋讓老屋沒有失去老屋原本的面貌也符合現在需求？不單建築物本身的轉化，本研究也想了解活化的建築物中經營者的想法、加入新元素後的改變，新的老屋想要呈現的是什麼樣的感受。越來越多人認同老屋的重要性，那些與記憶連結的空間，保存老屋的過去，是前人對老屋的記憶與時間所產生的變化，活化後表達的現在，是將經營者所保存的老屋加以改變轉化後與土地、與文化、與自己過去的記憶，哪怕只是進入到舊空間內都會被再次喚醒。以前的使用者的活動或文化、現在使用者的感受與想法，都是老屋的重要價值，但如果沒有「人」在裡面，就算老屋本身就是一個關於環境變遷的歷史故事，也都無法再延續，就像沒有靈魂

的空洞軀殼一樣，再怎麼有著歷史的痕跡，也沒有人能察覺。

人往往在空間裡僅次於機能的考量就是對視覺，「視覺」一直是感官經驗中最被重視的一部分，當我們進入一個空間，最先能體驗到空間感受的就是視覺(邱銘珠，2003：10-11)，經營者形塑出建築物內外的氣氛，空間氛圍影響著消費者的身心，老屋經由經營者的保存與加入新活動使空間改變，經營者所表達的空間，主導著消費者的感受。老屋的歷史、經營者的想法、消費者的感受，這三件事情發生在重新與社會接軌並且受到重視的活化老屋空間裡。

第二節、研究目的

基於上述的提問及概念，本研究試圖了解，老屋經營者對於空間意象認知與傳達，與消費者之間的異同。老屋雖然被保存下來了，但是經營者究竟保存了什麼？是否有將保存的記憶或物件分享給消費者，或消費者是否有接收到保存的意義。人們所感受到的加入新元素與想法的老屋活化空間，與本身所擁有的老屋印象是否相同？舊空間所對應的舊時代陳述著舊有的歷史，代表著當時社會的空間，而現在被改活化為其他的使用方式，經營者將空間的使用與記憶用新的方式轉化保存，並將自己的生活經驗與對老屋的認同呈現在活化的老屋空間裡，而進入老屋空間的消費者所感受的空間。老屋的歷史，經營者的想法、消費者的感受，這三者是本研究試圖要探討的，有助於未來保存、活化與空間發展等面向重要的基礎。

故本研究目的的主要有下列項次：

1. 經營者保存老屋想法。
2. 經營者的老屋意象。
3. 消費者的老屋空間感受與意象。
4. 提出未來老屋轉化可能。

本研究目的最終並非要建立一個老屋活化空間模式推廣至全台灣，而是企圖以少數樣本調查之方式獲得相對豐富且深刻關於老屋活化的經營者老屋意象與消費者空間經驗。

第三節、研究範圍與方法

以商業為主的經營模式與市場需求是否能再現老屋價值與經營者的想法？代表著生活軌跡的空間在改變的情況下，對於時間記憶與空間記憶的連接，是否也被一併改變？消費者進入空間所受到的最先衝擊是視覺感知，所以本研究以視覺為重點，調查經營者所想要營造的空間氣氛與經營者想要保存老屋空間的想法，及加入新活動所形成的空間。

一、嘉義市咖啡廳樣本的選擇

(一) 選擇老屋咖啡廳的原因

咖啡廳的型態很多種，本研究要討論的是以咖啡、甜點為主的老屋活化咖啡廳為對象，老屋咖啡廳有著時間所帶來的故事，與一般咖啡廳不同、除了經營者的經營理念與想法外，還附有時代變遷的痕跡，消費者在活化的老屋空間內所體驗與經驗的空間感受也與一般咖啡廳不盡相同，也因為咖啡廳的消費者所停留時間較久（陳翠華，2014：摘要；李子和，2011：摘要），本研究認為較能體驗與感受經營者所創造的空間。

(二) 老屋的篩選標準

1. 依照 103 年度嘉義市「舊屋力」舊有建築活化再利用補助計畫認定標準，建築物位於嘉義市且於民國 60 年（含）前興建完成者，即符合研究資格。
2. 咖啡廳的型態須以咖啡、茶或甜點為主，其他主食產品的提供須在三樣以下。

(三) 嘉義市咖啡廳名單

由（表 3）的研究對象裡，Daisy 的雜貨店、二通 672、屋子裡有甜點、BLESS 因店家繁忙，無法協助研究。故芙甜法式點心坊、Come home 咖啡漫步、玉山旅社、國王•蝴蝶•秘密基地，四間店家為本研究的調查對象。

表 3 嘉義市老屋咖啡廳研究對象名單

名稱	使用	年份
芙甜法式點心坊	甜點	80-100 年
Come home 咖啡漫步	咖啡、小餐點	50 年
二通 672	咖啡、背包客棧	70 年
玉山旅社	咖啡、背包客棧	60 年
Daisy 的雜貨店	咖啡、雜貨	60 年
屋子裡有甜點	甜點	60 年
BLESS	簡餐、咖啡	40 年
國王・蝴蝶・秘密基地	手沖咖啡、甜點	40 年

資料來源：本研究整理

二、 研究調查及訪談對象

老屋的歲月變化，使老屋本身有著時間的厚度與故事，但由於不符合現在社會的使用方式，老屋一度被遺忘在角落，直到遇見新經營者，開啟了不同的故事與使用方式，經營者因為老屋和自身的生活經驗所產生的意象與意義，左右著空間的營造方式，然而消費者實際體驗與空間的認知是否和經營者的想法一致。

1. 老屋空間—選取民國 60 年（含）前興建完成的建築再利用成的咖啡廳為研究對象，經過時間的變遷所經歷的故事。
2. 經營者—活化老屋、使老屋重新與社會接軌、重新注入新風貌的對象，。
3. 消費者—進入空間，直接體驗經營者所創造的空間氣氛。

三、 研究方法

在經營者對老屋空間的印象與意義中轉化老屋的價值並呈現在老屋空間內。本研究以經營者的個人經驗與對未來生活的想像和認同所設計的空間，與消費者對其空間體驗作為探討，理解經營者所想傳達的意圖，是否真的與消費者實際體驗一致，有助於經營者更深入掌握空間認知的特性，與了解在哪些部分空間的營造上是和消費者產生共鳴的。

根據上文所述即是本研究的概念，如下則是針對本研究的研究方法與工具陳述：

1. 文獻的匯集與回顧，老屋價值、環境心理、意象的文獻整理分析。
2. 調查老屋歷史、繪製活化後的平面圖與拍攝空間照片，並整理分析。
3. 與經營者訪談，了解經營者選擇老屋的原因與保存方法、目的，加入新元素

後想要傳達的空間感受，從訪談中找出經營者對老屋空間氣氛的形容詞。

4. 使用各別經營者對老屋空間氛圍形容詞的問卷，來測試在店內的消費者對於經營者所創造的空間氣氛感受為何。

四、研究架構

第一章—緒論，從台南老屋欣力到嘉義舊屋力，並且說明目前嘉義市對老屋的保存現象與研究目的，確立研究範圍、對象與使用研究工具。

第二章—文獻探討，了解台灣文化保存的演變，與老屋所擁有的價值，及經營者與消費者之間的關係。

第三章—研究設計與實施，經由訪談所得到老屋的歷史與經營者的想法，並使用平面圖與空間照片作為老屋介紹，說明問卷內容及與經營者討論選擇後的空間屬性。

第四章—研究分析與討論，分析消費者對老屋空間意象認知與族群偏好調查。

第五章—結論，提出依操作過程所得的分析與結果。



第二章 文獻探討

第一節、老屋存在的價值

歲月這個勤勞工作者的抹布，每天確實地擦拭著，不知不覺中，產生出讓人想用手掌去輕撫的、色澤漂亮的地板（中村好文，2007：117）。

生活周遭物件與人本身，都是由時間慢慢堆疊而成，過去的生活型態造就了我們現在看見的「老的空間」。不管是人本身或是建築，經過時間歷練而存留下來的，都將會令人難以忘懷。

一、臺灣文化保存之演變

日治時期的調查與政策幫助臺灣建立起關於「文化資產」基礎概念，從「舊慣調查」、「名勝古蹟」調查等，一直到後來一系列的臺灣文化保存法令。但在1945年日本戰敗退出臺灣後，國民政府就廢止日治時期的相關法令，沒有法令保護的文化資產，伴隨工業化快速的都市發展，部分古建築遭到破壞、拆除，進而醞釀起1960-1980年代的古蹟保存運動，俗稱「鄉土運動」，這也促使1980年臺灣文化資產有了「臺灣文化資產保存法」。

就上述的演變下列將分為「日治時期」、「鄉土運動」、「文化資產保存法」三項做較詳細的解說（臺灣文化資產保存觀念之演變）。

（一）日治時期

1900年日治時期（明治33年），日本政府委託專人在臺灣民間進行「舊慣調查」，除風俗民情外建築也屬一部分。1907年（明治40年）臺灣總督府任命安江正直調查臺灣歷史性建築的史料，作為編撰臺灣建築史之用，曾至台南、鳳山、鹽水港、南投、臺北各廳轄區內調查。

1916年（大正5年）日本政府任命杉山靖憲為編撰主任，調查各地的「名勝古蹟」，並編成《臺灣名勝舊蹟誌》¹¹，杉山靖憲所認定具有文化價值的資產也不僅建築而已，當時已有大量原住民與日軍乙未攻臺的相關史蹟編撰其中，顯示

¹¹ 共收入了331項名勝舊蹟，而這些名勝舊蹟除了自然景觀名勝之外，還包括：城址、營盤、砲台、官衙、書院、會館、寺廟、神社、亭台、樓閣、庭園、公園、燈台、標塔、橋樑、井戶、墳墓、石碑、旌表等建築與構造物，而目錄順序是以行政區域劃分，依次為臺南廳、阿緱廳、嘉義廳、南投廳、臺中廳、新竹廳、桃園廳、臺北廳、宜蘭廳、臺東廳、花蓮港廳、澎湖廳。

出當時日本政府的當代史觀與統治史觀¹²。這本書也配合勸業共進會¹³出版刊行，此書收錄的個案與史觀，後來都成為戰後臺灣史蹟保存指定的重要指標。

1922 年（大正 11 年）臺灣總督府開始測試「史蹟名勝天然紀念物保存法」與編撰臺灣史料。1931 年（昭和 6）舉辦「臺灣文化三百年」相關紀念活動中，臺灣總督府技師栗山俊一¹⁴發表有關安平城址與赤崁樓的研究文章，被視為當時建築史研究重要文獻之一，此時的史蹟調查資料已顯示出 17 世紀是臺灣歷史時期的分界，也對於其他歷史時期有同等重視的態度。

「史蹟名勝天然紀念物保存法」適用於臺灣後，1923 年（大正 12 年）9 月 20 日由學者組成「臺灣博物學會」的民間社團會長素木得一¹⁵，向臺灣總督內田嘉吉上呈《臺灣史蹟名勝天然紀念物保存建議書》¹⁶，建議設置保存機關、制定相關法規，催促臺灣總督府盡快依法保護文化資產。

1929 年，臺灣建築會成立後，隨即出刊《臺灣建築會誌》，回顧臺灣建築歷史、日治以來的建築發展、討論日治當代建築發展等。也因日治後期戰亂，日籍建築學者調查研究成果與立論無法在文化資產保存事業上發揮影響力，直到 1980 年才得到相關學界的重視。

臺灣總督府於 1930 年公布一系列臺灣文資保存法令，有「史蹟名勝天然紀念物保存法施行規則」、「史蹟名勝天然紀念物保存法取扱規程」、「史蹟名勝天然紀念物調查會規程」，使臺灣文資保存法令建制完備。根據內務局出版的《本島史蹟名勝天然紀念物概況》，「天然紀念物」指的是「植物、動物、地質礦物」等。

由此可了解 1916 年因杉山靖憲的影響，大眾對「文化資產」的價值觀開始產生變化，而後有著一連串對「文化資產」的策略演變。

（二）鄉土運動

1945 年太平洋戰爭日本戰敗後，國民政府於 10 月 25 日接收臺灣，並將日治法令廢止，而有關文化資產保存法令，僅剩「古物保存法」，該法可追溯至 1928 年 12 月 30 日河北省主席商震，呈請政府盡速擬訂保護古物的相關法律，限制中外人士隨意發掘，以解決境內古物盜賣問題。

¹² 從開卷第一則的「北白川宮御遺蹟」作為代表，顯示日本政治教化意味，提醒殖民者殖民地的取得及統治是多少戰爭傷亡所換來，嚇阻臺灣人勿再反抗。

¹³ （1916 年 4 月在臺灣總督府，臺北市舉辦的大型展覽活動，該展覽是以慶祝日本統治臺灣二十週年為名，展品來自臺灣、中國、香港、日本及當時的一些日本殖民地，提倡、獎勵實業，展示大日本帝國的豐富物產，鞏固日本殖民政策。

¹⁴ 臺灣建築會的創始者之一，在《臺灣建築會誌》中發表許多實驗研究，是改善臺灣悶熱問題、實踐適應臺灣氣候風土構造形式的重要代表人物。林思玲，2006。

¹⁵ 日治時期臺灣昆蟲研究的靈魂人物。

¹⁶ 共有 28 筆建議名單，雖然大致上已包括臺灣各種文化，但還欠缺原住民的文化史蹟。

到了 1949 年後，臺灣面臨共產中國軍事威脅，原本的文化被扭曲成次文化，導致日治時期所奠定的文化資產保存事業中斷。

臺灣邁向工業化伴隨著都市快速發展，沒有法令保存的古建築部分古遭到破壞，促使了一波古蹟保存運動。

1960 年代民俗學家與藝術家發動的文資保存運動，民俗學家林衡道為首，以臺灣省文獻委員會及各縣市文獻委員會為核心，以「唐山過臺灣」為出發點做史蹟調查依據，進行大量田野調查不僅記錄特殊風俗習慣，也紀錄眾多各地區古建築照片與文字資料，成為後來建築界關心古建築的啟蒙者。學術界以陳奇祿為主延續日本時代的研究持續關心古建築。藝術家則是以席德進與施翠峰等畫家為代表性人物，以美學、鄉愁為出發點關切古建築，強調古建築為主體之美感經驗與感嘆時代變遷、懷念昔日美好時光。

1970 至 1980 年代的鄉土運動與文化資產保存運動，臺灣的鄉土運動可區分為：文學、民歌與建築。

1970 年代，民間與政府陸續展開古蹟基礎調查，政府規劃制定新的文化資產保護法令並指定「暫定古蹟」，同時亦發生幾次著名的古蹟保存運動，促成 1980 年代臺灣文化資產保存事業再度受法令保護。

1970 年初，東海大學建築系狄瑞德（Reed Dillingham）等教授出版《臺灣傳統建築勘察》（The Survey of Traditional Architecture of Taiwan）一書，為國內傳統民居之研究，在於台北、淡水、士林、南港、台中、霧峰、鹿港、台南、安平、高雄各地進行傳統建築調查，以繪圖與照片記錄，並結合民俗調查（黃士娟，2012：160；狄瑞德、華昌琳，1971：6）。

駐台外使節藍欽的夫人對臺灣本土文化具有相當的興趣，認為板橋林家花園相當有名，卻年久失修且違章建築破壞，所以向蔣宋美齡反映，由蔣介石總統交辦臺北縣工務局修復，於 1971 年委託漢寶德、洪文雄進行恢復舊觀之調查與修復計畫研究，並由觀光局出版我國第一本中英對照、彩色印刷的古蹟調查報告書（黃光男，2007）。

1973 年台南市開始整修安平古堡、赤崁樓、億載金城、延平郡王祠、台南孔廟，以 1958 年擬定的「發展臺灣觀光三年計畫」為基礎修復，但因非在古蹟保存觀念下進行，故造成許多破壞。

彰化縣政府為了市區發展欲將孔廟拆除，由藝術家施翠峰發起保存運動，孔廟得以留在原地，1975 年孔廟因殘破，委託漢寶德調查修復工作，在 1978 年修復完成，彰化孔廟成為首例經過調查研究而修復的古蹟。

1977 年由作家施叔青發動「整體保存」運動，建築、市街、工藝、南管音樂的地方保存文化活動。鹿港文人辜偉甫成立委員會，透過亞洲基金會贊助，由

漢寶德帶領其他領域學者如洪文雄、林會承、施振民、許嘉明、郭振昌、許常惠等參與調查（張運宗，2015）。

林安泰古厝是傳統「安溪厝」代表，從 1783 年到 1823 年陸續完工，也是清朝臺北盆地開拓的見證，古厝代表管理人林福傳先生，將本來位於臺北市四維路 141 號的古厝捐給政府，但政府在 1978 年為了打通信義路與平東路的敦化南路而將林安泰古厝拆遷。重建後的「安泰厝」，仍維持原建中國南方四合院式風格，且全宅均以樑頭接合不用一根鐵釘，建築形制為二進四護龍合院，格局嚴謹，但原本因地理位置而有的風水格局已消失。雖然現今每年五月林家後代仍延續習俗在古厝內舉辦傳統的祭祖大典，但與林衡道先生所提出的，「生活古蹟」與「心理古蹟」沒有共存了（王巧瑩，2005）。

1980 年夏天，在興建臺東車站時，工程單位挖出了大量的史前遺物及遺跡造成破壞，為搶救珍貴考古文物，臺東縣政府邀請臺灣大學人類學系宋文薰及連照美兩位教授於該年 9 月組考古隊前來進行搶救挖掘，考古隊共分三期進行了十三次的挖掘，在 1989 年完成「國立卑南文化公園興建臺灣史前文化博物館試掘工作」（陳有貝，2011：44）。

臺灣因經濟起飛而將老舊建築一一拆除，在 1970 年代（表 4）發生的重大保存事件，知識分子意識到保存鄉土文化的重要性，這些事件都直接或間接地促成「文化資產保存法」的成立。

表 4 1970 年代在臺灣發生的重大的古蹟保存事件

年代	事件	備註
1971~1973 年	板橋林宅調查	第一宗古蹟調查研究
1973 年	觀光取向的古蹟修復	台南五大古蹟，修復反而造成破壞
1975~1978 年	彰化孔廟事件	第一宗古蹟調查修復工程
1977 年	鹿港古風貌保存案	第一宗嘗試保存整體性文化資產的聚落保存
1978 年	林安泰事件	第一宗拆除古蹟移地重組的案例
1980 年	「卑南遺址」保存事件	第一宗史前遺址的保存事件

資料來源：本研究整理

上述文化保存的演變中，台灣的保存價值觀從建築體的重視到建築的文化觀，再從歷史到常民文化與記憶的注重。

(三) 文化資產保存法

因為 1970 年代的鄉土運動，促使民間與政府陸續展開對古蹟的基礎調查、政府開始擬定新的文化資產保存法令，經歷「古物、古蹟保存法草案使」到「文化資產保存法草案」的修正，1980 年代臺灣的文化資產保存事業再度有法令保護，臺灣最早屬於自己的〈文化資產保存法〉於 1982 年 5 月 26 日公布，〈文化資產保存法〉是由「古物保存法」修正而來，也因為「鄉土運動」的促成，法條內容擴大為古物、古蹟、民族藝術、民俗及有關文物與自然文化景觀五類（王義榮，2007：40）。

從 1982 到 1997 年，經過了 15 年才又修改法案，正式增訂有關活化的發展條文，在 2000 年文資法修正的「允許古蹟修復必要時可用現代工法」是由 1999 年的 921 大地震及 10 月 22 日嘉義地震，造成全台 15% 的古蹟受損，顯示臺灣未出現過這麼大災害的地震，傳統技術未考慮耐震問題，喚醒搶救古蹟意識，紛紛成立 921 震災文化資產各種搶救小組。然而 1931 年國際文化保存就可以運用現代的科技及工法來修復古蹟，而臺灣則因為 921 大地震允許運用現代科技與技術，故修正 1984 年公布的文化資產保存法第 46 條規定古蹟修復必須「採用原用或相近之材料」及「使用傳統技術及方法」，2005 年修正〈文化資產保存法〉是參考世界遺產保存的思維與作法以及臺灣的需求，修正第 20 條提到「古蹟之管理維護，係指下列事項：使用或再利用經營管理。」提到古蹟、歷史建築、聚落應該要活化，這些變化讓古蹟活化並重新獲得重視（林雅君，2012：16）。另 2005 年發布的「古蹟修復及再利用辦法」，在 2014 年修正後第三條：「修復或再利用計畫，應包括下列事項：文獻史料之蒐集及修復沿革考證；現況調查，包括環境、結構、構造與設備、損壞狀況等調查及破壞鑑定；原有工法調查及施工方法研究；必要之解體調查，其範圍、方法及建議；必要之考古調查及發掘研究；傳統匠師技藝及材料分析調查；文化資產價值與再利用適宜性之評估；修復或再利用原則、方法之研擬及初步修復概算預估；必要之現況測繪及圖說；修復或再利用所涉建築、土地、消防及其他相關法令之檢討及建議；依古蹟歷史建築及聚落修復或再利用建築管理土地使用消防安全處理辦法，所定因應計畫研擬之建議；必要之緊急搶修建議；修復或再利用計畫先期規劃，包括再利用必要設施系統及經營管理之建議（文化部，文化法規）。」新修正關於活化的法條和辦法，使沉默的歷史遺跡能再次展現光芒，重新成為活文化延續下去。

臺灣〈文化資產保存法〉從一開始整修到原本狀態「凍結式」的保存，然後經歷 921 大地震，「採用原用或相近之材料」或「使用傳統技術及方法」改變為「加強結構來保護古蹟」，到現在老屋活化的多元結合藝文活動與休閒遊憩「活化再利用」新舊共存的保存方式，融入世界性文化遺產保存的思維，文化遺產能夠發揮它的文化意涵與價值，並能與當地居民生活緊密結合，臺灣文化資產保存觀念漸漸與世界潮流接軌（王義榮，2007：43-52）。保存方式從原本的「凍結式」保存，轉換到「活化再利用」的保存方式。

二、保存的理由

隨著時間推移，眷戀之情隨之加深的素材（中村好文，2007：114）。

歷史建築與環境是人類社會的生活經驗累積，亦為眾人所成就的共同文化遺產〔…〕傳統空間環境之實質構成，具有親切的尺度和優美的造型，且內蘊豐富的人文及歷史典故，不僅與生活其中的居民之生命和鄉土情感深深結合，亦是眾人心靈寄託之所在。這些蘊含過去社會共同文化與美學觀的市街聚落與建築，實擁有無可取代的價值（古都保存再生文教基金會-成立宣言）。

就上述之基礎，本研究將對「老屋的定義」加強補充幾點，不只有嘉義市舊屋力所提出的認定標準，以「體現環境變遷的過程」、「地方特色」、「常民文化的再現」、「工匠技藝的傳承」為要點，敘述民間老屋的價值。

（一）體現環境變遷的過程

城市是經由長時間演變而來的，文化地理學者認為，居住者為了滿足實際所需要的設備使自然地景產生改變，利用自然界所提供的材料，有意識地在自然地景上創造自己的地景，而這些地景變化則是瞭解人類演化過程的脈絡之一，不僅僅是人類的社會結構，更甚至是自然的重大變化，地景變化不只是因為人文因素，也因為自然變化產生痕跡，人類的活動與自然交互作用刻畫在這塊土地上，因為這些堆疊而形成樣貌，文化地景是處在「變動」的狀態下（Paul Cloke、Philip Crang、Mark Goodwin，2006：217）。刻劃在地景上包含物質基礎，像聚落型態、土地利用、建築樣式等；非物質要素，像思想意識、生活方式、風俗習慣與宗教信仰等，都是構成社會基本元素、日常空間的軌跡與常民文化演變（陳虹廷，2008：16）。

古都保存再生文教基金會中，保存老屋是因為這些老屋是人類社會的經驗生活累積，在蔡孟軒《府城辯證意象：從老屋現象看當代台南都市寓言》中也提到，「歷史的確也是認識台南市的最佳路徑，回顧歷史中除了能夠認識府城建構過程，也能夠從中窺見近代古都意象建構的脈絡與線索」（蔡孟軒，2014：13）。

林雅君《探討老屋再利用之空間改造策略與社會現象意義：以台南「老屋欣力」之案例為例》，從都市中的老屋中可以觀察出許多社會現象，而老屋的價值就在體現環境變遷的過程或結果，例如從街道紋理可以了解城鎮發展的軌跡，在這些脈絡下的老屋，它的樣式、特色、區位等因素，就是解釋過去的最佳印證。而留存至今的老屋，被視為一種繼承過去與未來的角色，它在社會中扮演歷史的一部分，同時也是一種價值的展現（林雅君，2012：8）。

陳虹廷《城鎮發展下的連結與解散－蒜頭糖廠地景變遷與空間再結構》也提

及：「文化地景是人與空間產生的結果，並且無法單獨存在，必須將地景置於文化脈絡、政經、社會等實踐互動關係。…最後將蒜頭糖廠放回城鎮的紋理中，審視城鎮發展及蒜頭糖廠間的關係及互動。」從蒜頭糖廠的興盛與衰敗中看見短短一百年之間過於多樣性的地景變化，因為日本人的生活而引入不同的傳統脈絡，而光復後期的資本主義「集體無意識」的形塑出另一種生活模式，一直到現在，蒜頭糖廠的角色轉換與整個環境的變遷息息相關（陳虹廷，2008：摘要）。

孫徽之《歷史建築改造為複合式餐廳之壁畫繪製創作—以台中「日出宮原眼科」為例》提到，老舊建築在現代生活中具有非常重要的價值，因為這些老舊建築包含了社會文化的意義，也擁有歷史的價值及在美學上符合外觀等當代生活品質成份。這些歷史建築在教育 and 生活中都是很重要的代表，也是人們逐漸認知到的事實（孫徽之，2012）。

經由歲月漫長累積所遺留的舊建築，形成認識一個地區最好的方法，循著這些舊建築就可以了解當時城市建構過程、脈絡與線索。

（二）保存地方特色

傅朝卿翻譯、導讀的《威尼斯憲章》第七條裡提出

「一個文化紀念物是和其所烙印證物之歷史與其發生之場域密不可分。將文化紀念物全部或部份遷移是不能被允許的，除非監護文化紀念物要求如此或是從國家與國際對最高重要性之利益上評斷是必要的（臺灣世界遺產潛力點—威尼斯憲章1964）。」

我們保存擁有文化歷史意義物件時是與在地有關係的，被當時的歷史背景與人文深深影響著，如果部分或全部搬遷則會造成關於以前社會現象無法妥善展現，也使物件失去原有的意義。如同鄉土運動所提到的重建「安泰厝」，沒有和地方的軌跡相連，無法與在地產生共鳴，遺失掉生活對話與生活記憶，也將保存物件與人的記憶消除。

保存不僅是硬體設備而已，更包括了居民的「生活方式」與「地方特色」。「生活方式」不只有高級或華麗的人，也包含勞工階級或低收入戶所居住的地方，各個「地方的特色」所以衍生出來的「生活方式」不盡相同，且同時代的建築也會因為所承襲的傳統不一樣，所呈現也會不相同，有的接收外來文化、有的因為象徵財富地位或地方傳統風水，每個地方都是由這些多元歷史與文化累積而成（陳世岸，2008：32）。

不管是高級或華麗；破舊又骯髒的，正因為長時間存在與居民連結的集體記憶，才會成為這個地方獨有特色。而這些特色也會成為正面能量，把在地居民帶回記憶中與地方做連結，不論是著名的紀念碑或是不為人知的巷弄角落，這些回

憶都帮助大家理解歷史保存抽象的定義（陳世岸，2008：33）。

（三）常民文化的再現

「建築一方面代表了人類的生活方式同時也是文化的精確表徵（Rossi，1992）。」城市樣貌來自建築，是集體的記憶中心，且歷史與文化有密切的關係，而文化是來自於生活，從人類社會中產生又反饋到生活中，可以說和人類生命息息相關。

常民文化是民間累積無數的時間與經驗而來，經由學習與教育反映在風俗習慣、語言文字、宗教信仰、道德法律上。常民文化也傳承了物質的生活文化（如飲食、居住、交通等習俗），社會生活文化（如家族、社會組織、歲時節令、口傳文學等），還包括常民傳統的思維方式、價值觀，像民間信仰、宗教信仰等精神生活文化。常民文化因為是經由先民日常生活演變而來的生活文化，所以具有濃厚的在地性與本土思想特色，構成臺灣文化的主體核心。常民文化的形成，是這塊土地上所有成員經過長期醞釀與普遍認同才逐漸成為共同生活習慣，並且創造出共同文化，其中包括有形與無形的生活文化，成為規範人們行為、語言與心理的一種基本力量，讓一個人在社會化的過程中受到這些力量的約束（王源東，2006）。常民文化是經由各個地區有週期性的反覆實踐，背後淺藏著巨大的「集體意識」。也因為是由各個地區演變而來的「常民文化」，所以就算是指「臺灣」的常民文化也因各民族（漢民族、原住民、外來民族，甚至分的更細小）的文化、生活習性和行為實踐表現，有地域性、區域、族群、本土等文化意識差異（謝御婷，2010）。常民社會生活由物質生活、人際生活、精神生活所組成，居住的生活文化也反映了民間生活樣態，老屋的建築經驗是一種條件整合，透過因地制宜、就地取材等經驗傳承，日積月累的平凡日常生活，對往昔經驗之可望與寄託形成的建築（林雅君，2012：39-40）。更細微的民間生活，像是稻香、蛙鳴、螢火蟲，甚至是故鄉的明月與繁星，在廚房裡燒柴火，不管是為了三餐燒飯或是天冷需要煮水的這些活動，因為工業化而面目全非的老一輩的兒時記憶，「再現」不僅重現兒時記憶也正讓他人與過去產生連結（王淳龍，2013：29）。如果仔細觀察，由居住生活所反映的樣態，會發現正是這塊土地上多方面的人文精神。

不斷演變的常民文化經由時間和經驗的累積，透過「再現」觸及更多的民眾，在次對集體記憶與生活經驗認同與尊重，與新文化潮流對話，再創新的人文精神與意涵。

(四) 工匠技藝的傳承

建築是文化的遺產，一個民族的文化最具體的表現就是建築（漢寶德，2004：序）。

常民文化再現提到因文化差異使每個地區、民族、國家的建築面貌不同，文化所造成的價值觀與行為模式，進而影響到建築具體表現（漢寶德，2004：序），而工匠的技藝更可以代表某一時代材料與技術的表現，象徵著家族、經濟、政治地位等。

依據古都保存再生文教基金會提到的「老屋具有親切的尺度和優美的造型」，舊建築與現代建築具體差異在於美學、建築形式、技術上。從建築材料比較，舊建築因當地取材、制式規格與限制，有厚重、實體、生硬等感受，而現代建築因為科技進步，表現在材料上有穿透、輕量、流線等現代語彙；也由於舊建築的工藝技術是由工匠經驗為主，所以會有細緻、多變、獨特、耗時費工等，可以說是一種民俗技藝，現代建築則因為工業化，有單一、粗糙、重複、快速等（林雅君，2012：43），老屋上的細膩工法呈現當時社會態度與風氣，將無形價值轉換為有形的藝術成為傳統遺留下來。老屋的歷史動輒數十、上百年，很多都屬於日常居所，這些生活空間都是民間工藝的載具，許多工法、建材、風格等技術都與在地特色和經濟發展環環相扣，成為能夠判別年代的象徵，如鐵花窗、手繪磁磚、洗石子、印花玻璃等，這些幾何圖案或是訂製的家族圖騰，都豐富老屋的風景（辛永勝、楊朝景，2015：14-5）。當老屋成為社會的一部分，古人的寶庫工匠技藝的價值將會展現，老屋之所以會擁有優美的造型是因為附加的工藝裝飾，鐵花窗、手繪磁磚、洗石子及印花玻璃等等，都是組成建築的元素，在林雅君《探討老屋再利用之空間改造策略與社會現象意義：以台南「老屋欣力」之案例為例》中也提到

「建築空間特色之留存利用是為了要體現老屋之具體價值展現其獨特、稀有等意涵。地方特色與傳統表達在建築之樓梯、門窗、天花、壁面、裝飾等之設計意涵，空間尺度亦隱含著時代背景下的經濟概況；老屋可以被指認出來，是因為它與現代建築有差異性，藉由這個差異性，形塑出老屋個體獨特的風格（林雅君，2012：4）。」

老屋的裝修材料是由工匠與屋主的想法所製造而成，成為獨特風格，包含了地方的特色、反映當時代經濟與歷史，這些物件都成了老屋特徵，建築是一種行為，也成為連結世代記憶媒介。工匠技藝也可說非常個人化的心靈意識、感知、精神、思想、自我對話與觀察方式（黃奎祐，2015：13），民間的工匠技藝裝飾元素是一種「常民文化」，且具有區域性、族群性、本土性的文化意識。

姚銘偉提到，當我們深入這些「工藝裝飾」時，就能了解當時代的人生長的環境、教育、風景、娛樂，才能創造出至今依然吸引人的美麗建築（辛永勝、楊

朝景，2015：9)。

以下為「工匠的技藝」細項「鐵花窗」、「石子」、「水泥花磚」、「磁磚」4項舊時代工藝裝飾：

(1) 鐵花窗

鐵花窗是在 1920 年隨著西洋現代建築傳入臺灣，以黑鐵為材料，經由焊接、鍛造、彎折等工法，製作出鐵窗的圖騰，當時常見於寺廟及洋樓街屋，到了 1970 年代臺灣經濟起飛，在衣食無虞的情況下對於生活美學逐漸重視，鐵花窗成為除了具有防盜功能外，還展現了工匠與屋主的技术及藝術眼光，由於黑鐵窗花容易鏽蝕，須定期上漆保養，且製作成本也較高，所以在 1990 年代推陳出新的白鐵（不鏽鋼）裝修材料與建築風格後迅速被取代（辛永勝、楊朝景，2015：19）。從西洋傳入的工藝同時也將語言一起帶入台灣（圖 8），從鐵花窗的造型也可以得知當時建築的使用情形，（圖 9）是 1980 建立的內衣工廠，以內衣工廠名稱特別訂製的窗花。



圖 8 鐵花大門¹⁷



圖 9 鹿造型鐵花窗¹⁸

(2) 石子

磨石子與洗石子是日治時期為了大規模的鋼筋混凝土公共建設，而一起引進的表面裝修工法，還未成熟時是在強調統治權力的政府官方建築成功比西方大型建築還要輝煌氣度，技術成熟普及後就大量運用在宅

¹⁷ 來源：老屋顏網站

<https://www.facebook.com/OldHouseFace/photos/pb.599016433453541.-2207520000.1453380662./979203575434823/?type=3&theater> (2015/10/20)

¹⁸ 資料來源：老屋顏網站

<https://www.facebook.com/OldHouseFace/photos/pb.599016433453541.-2207520000.1453380871./956356131052901/?type=3&theater> (2015/10/20)

內的施工上（辛永勝、楊朝景，2015：25）。從（圖 10）就可以知道在 1961 年時這裡為醫生館，（圖 11）則透露的以為為照相館。



圖 10 醫生館石子地板¹⁹



圖 11 相館石子地板²⁰

（3） 水泥花磚

水泥花磚代表著磚窯業的沒落。傳統花磚與柳條磚的鏤空造型既典雅又具有通風透氣的效果，一直式建築上最實用的裝飾品，然而建築形式逐漸轉型後，其偏向東方古典樣式的造型無法與新式建築融合，使得經常與紅磚一同使用的花磚、柳條磚產量也相繼減少，因此水泥花磚後來取代花磚與柳條磚，成為新一波流行使用的建築材料（辛永勝、楊朝景，2015：38-9）。（圖 12）是大東紡織的化水泥磚，在當時成為最佳的招牌，（圖 13）是在柳營的小鳥水泥花磚，這圖案也顯示了當時的農業社會。



圖 12 客製化水泥磚²¹

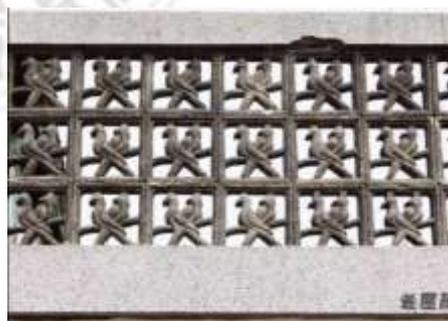


圖 13 農業社會水泥花磚²²

¹⁹ 資料來源：老屋顏網站

<https://www.facebook.com/OldHouseFace/photos/pb.599016433453541.-2207520000.1453381189./890616274293554/?type=3&theater> (2015/10/20)

²⁰ 資料來源：老屋顏網站

<https://www.facebook.com/OldHouseFace/photos/pb.599016433453541.-2207520000.1445289741./725687464119770/?type=3&theater> (2015/10/20)

²¹ 資料來源：老屋顏網站

<https://www.facebook.com/OldHouseFace/photos/pb.599016433453541.-2207520000.1453382568./>

(4) 磁磚

臺灣早從清朝開始即有使用磁磚的紀錄，形狀的多變與色彩圖樣的精緻表現、耐水、抗磨、易清理等特性，更能妥善保護結構，成為建築物的一層美麗防護衣，裡面都有著工匠與屋主的巧思（辛永勝、楊朝景，2015：44-5）。(圖 14)許多人都有回憶，因為沒有明顯的分隔線，也不易產生死角多用於浴缸、洗手槽上的馬賽克貼磚，是最早產生的款式之一，注意(圖 15)就會發現馬賽克磁磚排列的方式將排水孔巧妙的隱藏在其中，(圖 16)為馬賽克磁磚的改良，單片就有著非常精緻的圖樣，也被廣泛運用在民間住宅中。



圖 14 浴缸馬賽克磚²³



圖 15 浴室馬賽克磚²⁴

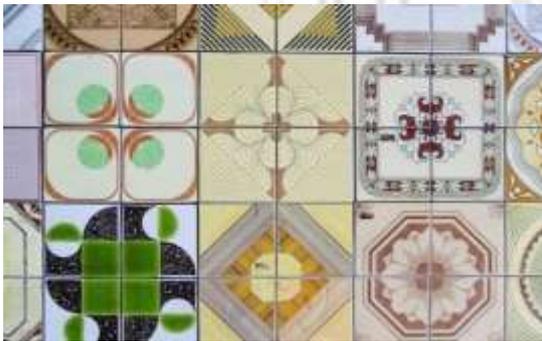


圖 16 馬約利卡磚²⁵

這些工藝都成為老屋的視覺特徵，不僅能夠辨別年代，也能推測當時屋主的

[740505949304588/?type=3&theater](https://www.facebook.com/OldHouseFace/photos/a.643658775655973.1073741829.599016433453541/646037988751385/?type=3&theater) (2015/10/20)

²² 資料來源：老屋顏網站

<https://www.facebook.com/OldHouseFace/photos/a.643658775655973.1073741829.599016433453541/646037988751385/?type=3&theater> (2015/10/20)

²³ 資料來源：老屋顏網站

<https://www.facebook.com/OldHouseFace/photos/pb.599016433453541.-2207520000.1453383424./643664218988762/?type=3&theater> (2015/10/20)

²⁴ 資料來源：老屋顏網站

<https://www.facebook.com/OldHouseFace/photos/pb.599016433453541.-2207520000.1453383424./646182622070255/?type=3&theater> (2015/10/20)

²⁵ 資料來源：老屋顏網站

<https://www.facebook.com/OldHouseFace/photos/pb.599016433453541.-2207520000.1453386087./990944120927435/?type=3&theater> (2015/10/20)

想法與空間使用方式等，屋主與工匠技術所創造出來的工藝，經過歲月的洗禮到現在還是散發著迷人的氣息，繼承著工匠的技藝、屋主的巧思、時代的態度與風格。

三、保存的方式

藝術作品的即使是最完美的複製品也缺少一種因素：它的時間和空間的在場，它在它碰巧出現的地方的獨一無二的存在。在它存在的時間裡，藝術作品至始至終屬於歷史，而它這種獨特的存在又決定了這個歷史。這包括它經年歷久所蒙受的物質條件的變化，也包括它的佔有形式的種種變化（Benjamin, W, 1998：218）。

以下將對「保存」依時期與分類方式為「原跡保存」、「修復保存」、「新舊共存」三種方式，且將「新舊共存」的方式應用於老屋，提出對於「老屋活化的意義」，並將活化分為「再利用」與「再使用」兩者探討。

（一）保存方式的分類

不管是「古蹟」、「歷史建築」、「舊建築」或是「閒置空間」，因為它們的樣式、特色及精神都有著當時的背景，是能夠被指認出來的，然後再經過時間的洗滌、種種變化，成為現在的模樣。保存的方式可分為三種，「原跡保存」、「修復保存」、「新舊共存」，這三種方式也是臺灣文化資產關於「保存」的演變。

1. 原跡保存：

依據《威尼斯憲章》第十一條：

「一處文化紀念物中的建築中所有時期明確的貢獻都應該被尊重，因為式樣的統一並不是修復的目的。當一棟建築包含有不同時期累積的結果時，除非擬加以去除的都份不具有重要性，擬使之顯露出來的某時期的材料又極具歷史、考古或美學價值，而其保存狀況良好足以支持，將現況被隱藏的狀態顯露出來才被視為是正當的（文化資產局 臺灣世界遺產潛力點－威尼斯憲章 1964）。」

在維護歷史古蹟同時，隨著時間所遺留下來對古蹟的改變是我們需要接受的，時間的改變也屬歷史的一部分，因為歷史古蹟是個正在進行式的。

在邱銘珠《以使用者感官經驗為導向的舊建築再利用之研究》中對原跡保存的看法，不去做任何改變，而保持原有的模樣。古蹟是人類歷史發展進行中的產

物，須加以維護，也有認為因為人為或自然因素造成的建築物破壞或損毀，不應加以修復或整建，而是應該讓它繼續以現有的樣貌呈現在當代的歷史時空當中；許多的古蹟保存都採取以原跡保存的方式。其他觀點則是認為古蹟是歷史過程中珍貴的紀錄，所以應該積極地進行維護工作，讓這些作為見證的建築物可以繼續存在於當代的時空當中（邱銘珠，2003：25）。

保存的文化遺產上，不管是有人為痕跡（戰爭、恐怖事件、核事故、工業災難、慶典等。）或是自然痕跡（氣候條件、地理變化、自然災害等。），這些痕跡都代表文化遺產經歷的每一個時期，極具有歷史、考古或美學價值。人類歷史發展進行中所遺留下來的產物，以現有樣貌存在在當代歷史時空中，讓歲月自然遺留在上面破壞或增添風采，因為有這些珍貴的歷史過程紀錄，未來的人類才能夠回顧過去歷史事件，那些斑駁也屬於歷史的一部分，文化遺產不會處於一個靜止的狀態，是個正在進行式的歷史古蹟，如果只將文化遺產維持在某個時期的樣貌，那麼對於原跡保存來說，反而失去了保存的意義。

2. 修復保存：

《雅典憲章》的成立是建立在修復並且保護有價值的歷史建築和地段，在1931年由國際歷史文化紀念物建築師與技師會議通過，提出保護有價值的歷史建築和地段，並闡述保存理念，達成七項修復決議：

- (1) 建立修復在運作與諮詢層面的國際組織。
- (2) 提出修復計畫都應受到知識性的評斷以避免造成構造物特徵及歷史價值喪失之錯誤。
- (3) 所有國家都應透過國家層級的立法程序解決歷史場所的保存問題。
- (4) 已挖掘的遺址若無法立即修復，應回填加以保護。
- (5) 修復工作可以使用現代技術與材料。
- (6) 歷史場所要有嚴格的監控保護。
- (7) 歷史場所鄰近地區保護地須加以注意。

另，一般性七項結論

- (1) 建築物生命必須加以維持，其機能必須尊重建築歷史與藝術的特徵。
- (2) 歷史文化紀念物行政與立法措施，應與當地情況與公共意見之潮流配合。
- (3) 文化紀念物之特徵愈形貌應被尊重。
- (4) 文化紀念物修復，必須慎重運用所有資產。
- (5) 文化紀念物之損毀應與專家合作已決定採取因應措施。
- (6) 維護之技術必須細心鎮密。
- (7) 文化紀念物維護應在技術、道德、教育方面與國際合作（林姿慧，2009：5）。

《威尼斯憲章》則延續了《雅典憲章》，根據《威尼斯憲章》第九條：

「修復的過程乃是一項高度專門性的工作，其目的在保存和顯現該文化紀念物的美學和歷史價值，而且必須以尊重原始材料和真實的史料遺物為基礎。任何的臆測發生時修復應該馬上停止，如果不可避免的要有添加之作，其必須與原有建築構成有所區別，而且一定要烙印上當代的痕跡。在任何的情況下修復的進行都必須遵循該文化紀念物考古與歷史的研究（文化資產局 台灣世界遺產潛力點－威尼斯憲章 1964）。」

更強調真實性修復，且極力反對沒有證據的狀態下修復，必須有足夠的證據並承認歷代的改變，才能進行修復，更擴大文化紀念物的概念，維護對象擴展至具有特殊價值的鄉村與都市大環境。

而《華盛頓憲章》則將保存的範圍擴大，也認為民眾的參與是重要條件之一：

- (1) 達到最高效率，歷史城鎮與其他歷史都市地區之維護應該成為經濟與社會發展整理政策及每個都市與區域計畫之一部分。
- (2) 須保存城鎮與都市地區之歷史特徵與表現此特徵之所有物質與精神性元素。
- (3) 居民參與是維護計畫成功之必要條件。
- (4) 歷史城鎮與都市地區之維護需要謹慎、系統化控制，盡量避免僵化，而使個案可呈現特殊問題（林姿慧，2009：6）。

修復過程中「真實性」和「脈絡」的關係密不可分，時間、空間或社會脈絡，如果只是「原貌」的修復，將會使保存物件成為假的保存，修復過程中也要將無形的文化價值保存下來。

《世界遺產公約》則是由於文化遺產和自然遺產受到破壞威脅，自然災害與社會經濟條件使遺產情況惡化，為了保護有價值的文物、建築群、遺址，於 1972 年 11 月通過《保護世界文化和自然遺產公約》，很多保護對象所在的國家並不具備經濟、科學、技術等資源，整個國際社會有責任一起共同維護具有價值的文化與自然資產，地球上重要的文化與自然遺產皆是人類祖先所遺留下來的，是人類共同所有，所以訂定條約達到維護、增進和傳播知識，至 2015 年已有 195 個國家簽署（UNESCO 聯合國教科文組織）。

3. 新舊共存：

諾伯舒茲曾提到：

「保存和改變其實並不是相對的，因為毫無保留的改變乃是破壞，而絲毫不允許改變的保守是頑固。我們必須認清的是，所有的客體始終都必須面對新的情況，我們絕不可能再次面對相同的客體，我

們所面對的，都是在新情況中的「同一種」客體，亦即不同的中介媒質。如果我們要保存過去的客體，則必然必須以新的方式去做(諾伯舒茲，1990：128)。」

傅朝卿也曾提到：

「文化遺產絕對不是一處完全靜止的建築，它是必須隨著外在環境而自我調適，否則很容易與時代脫節，甚至被時代所淘汰，反而失去了保存的意義(傅朝卿，2004)。」

根據古都保存文教再生基金會成立宣言：

「如何妥善維護及運用這些珍貴的空間和社會資源，擺脫過往『殘蹟或原物』的靜態保存方式，邁向『再生與活用』之動態保存理念，並與社區發展緊密結合。」

只要妥善運用現有資源，加以延續建築物生命週期，並達到文化保存狀態，老屋原有的特色，經過改變是為了更突顯老屋價值，也展現出原有的特色、稀有，不僅如此，老屋的工藝技術與材料都具有當時代意義與價值，工藝技術在保存的理由有提到，那些都代表著某個時代工匠的藝術與材料技術之表現(林雅君，2012：39)，根據老屋欣力宣言：「歷史環境與老房子的保存，最核心的價值仍然是「人」，缺乏以人為主體的保存，就像失去靈魂的空洞軀殼。」保存舊建築是因為「人」在裡面生活過，「人」在裡面使用過，觀看舊建築推演出時代的經濟與生活狀況，保存舊建築的背後，其實是為了將那些與「人」有關的事保存下來。

舊建築的活化不是個體，而是整體與群體關係，舊建築的特色正是時間流逝所造就的痕跡，是過程、是累積、是真實歲月的呈現，這即是最重要的價值所在，並且人是支持整個舊建築活化最重要的因素(林雅君，2012：22)，維護或活化過程中，使更多人能夠接觸到舊建築，與舊建築產生連結，當我們在回憶參與的過程或是回憶起自身與舊建築之關係時，老屋活化最基本的目的即達成，維護的不只有「物」，而是以「人」為中心的集體記憶和生活經驗認同與尊重，重視這些特質才讓老屋獲得重生機會。給予老屋新機能所得到的震撼力與貢獻比把建築物「供」起來要更有意義，新舊共存也帶給人新鮮感。無法改變的保存是一種頑固，更是一種消極的想法，為了使空間更美好，為了讓老屋更易於親近，適度地「改變空間」，不僅保留還有創造(邱銘珠，2003：40)，原本的閒置空間，因為改變而成為更好的空間，新經營者所加入的新活動，讓老屋能夠延續下去。

從（表 5）中的保存方式定義，顯示出保存方式從單點建築物的保存擴及至大範圍的保存方式。

表 5 三種保存方式的定義

保存方式	定義
原跡保存	不去做任何修復或改變，讓時間的歲月遺留在上面，不管歲月是破壞或增添風采，都讓它自然的發生。
修復保存	將文化紀念物修復至具有重要歷史價值的狀態，修復的過程要非常小心，而且盡量以原始材料和真實的史料遺物為基礎修復，如果要更換更好的材料修復，也要非常謹慎，並且要在該修復物上做標示。
新舊共存	更普及的保存物件，不只是重大歷史物件的保存，更貼近自身環境的保存，並將文化紀念物適當的活用至現代可以使用的狀態（或經營者所需的狀態），並且延續建築物的生命週期，使更多人與該舊建築做連結。

資料來源：本研究整理自國際保存文件與文獻整理

（二）老屋活化的意義

沿著大城市的人行道，我們可以發現最令人推崇和最愉快的景象是舊房子和新建築之間的巧妙融合。街屋的客廳改成手工藝品的展示空間，馬廄改成住房、地下室變成移民俱樂部、倉庫或酒廠變成劇院、美容院變成雙拼公寓的一樓、倉庫變成中國食品的工廠、舞蹈學校變成宣傳單的印刷廠、修鞋店變成有彩繪玻璃的教堂…這些都是活力和回應人類需求的城市地區，不斷在發生的各種微小變化（Jacobs，2011）。

1997 年藝術家爭取華山文藝特區及公部門—文建會推動台中二十號鐵路倉庫作為藝術空間後，大大推動了活化閒置空間的運動且促使文化覺醒，老屋活化從古蹟延伸到各類閒置空間²⁶，擴大活化的建築類型，包含產業閒置空間、軍事空間、傳統居民建築、校園建築等，這些都是更貼近民眾活動空間，活化後也將讓原本已經斷掉的記憶與居民重新做連結，也重新創造集體記憶和生活經驗的認同與尊重。城市的特徵來自於建築群，老屋亦是構成元素，當城市容貌在變動的時候，老屋的留存、彰顯老屋的特色、加入新的機能，城市需要舊建築存在，能夠混合並培育使城市容貌豐富的多元性元素（林雅君，2012：16、40）。

²⁶ 非經指定、登錄為古蹟、歷史建築或未在上述之間置、舊有建築或空間。

從趙志元《歷史性建築室內空間再利用之研究—以台北市衡陽路為例》的論文中整理出關於老屋活化的意義：

- (1) 順應世界歷史性建築保存活用之潮流，為後代子孫延續歷史歷程的見證，且保存人類共同的文化資產。
- (2) 為所保存的歷史性建築注入新的生命，避免成為日漸毀壞的假古董。
- (3) 室內空間適當的活用，在適合的維修及補強條件下，亦可延續建築物的生命週期。
- (4) 室內空間的再利用，亦可謂所處的歷史街或周邊環境帶來生命的復甦。
- (5) 從商業經濟利益著眼，歷史性建築室內空間之再利用，可為其日漸衰敗之區域，帶來無限之商機及景觀熱潮。
- (6) 可謂缺乏生氣的都市空間，帶來多元化之發展特色，並可保留城市集體記憶空間及人文藝術之氣息（趙志元，1999：35）。

老屋就算是被遺棄的狀態下，也還是不斷變化，只是這樣的變化是走向老化、毀壞，所以活化後作為住宿或咖啡店，電影院或是餐廳都有效的再次與社會接軌。這些老屋的經營者對於空間使用都各有一番見解與背後故事，這些本來被閒置的空間都經由經營者再次有效利用，讓老屋能傳承並演出全新的篇章（辛永勝、楊朝景，2015：15）。這些與時代脫節、無法再有效利用的閒置空間，如果無法隨著內在與外在環境改變，容易受到現代生活需求而被淘汰，所以適度改變會使歷史和美學價值得以保護，也將地方與人的連結延續，把老屋成為文化傳遞的據點。老屋是常民生活中最基本的存在，就像是當我們提到「四合院」時，不必特別指出年代、地點、空間形式，就可以意會，腦海中也會出現圖像，雖然每個人的畫面些許不同，但卻有不少共同的特徵，可以用來溝通（王淳龍，2013：18），藉由辨識老屋得知時代的特徵，包含傳統美學、建築形式、工匠技藝等，舊建築從建築物的完成，到原本使用者日常生活經驗所創造出的痕跡，而痕跡成為生命歷程的證明，具有認知過去、了解常民的日常生活等作用，所以將其保存，則能夠將文化傳承。

「在日常生活中，我們雖然不能控制時間，但絕對可以感知其存在。…空間是凝固的時間，而時間是凝固的空間（王淳龍，2013：32）」所以當我們再次使用老舊空間時，因人為或自然隨著時間在建築物刻畫的痕跡、記號與證明也會繼續轉動。老屋的「舊」會觸發許多連結，像是記憶、情感、歷史，使老屋具有特殊場域，人的活動也隨著時間前進而改變，活化空間將會延續舊有連結並產生另一種新記憶，把原本閒置或被淘汰的空間活化成民眾所需求的空間，使老屋在城市中具有不同價值，比單純保存建築更具有意義。老屋活化可視為對傳統凍結式建築保存方式的一種反省，生命在成長過程中會不停改變，如果將建築視為一生命體，自然不該把新的添加物視為壞事，而是如何避免加入新的東西後使原來的面貌盡失（傅朝卿，2014）。

（三）再利用與再使用之差別

當老舊建築具有重要文化價值時，如何於保存價值與創造價值之間找到平衡點？…文化的厚度足夠，長出來的創意才有力道。他（游智維）比喻文化創意產業就像是一棵樹，根是文化，莖是創意（然靈，2012：16）。

老屋活化的原則比起古蹟活化保存，並沒有那麼嚴謹，也因為嘗試新舊共存的方法，所以衍生出很多操作模式。由經營者主觀判斷來改變空間使用，雖然維持原來的使用方式是較好的選擇，但是閒置空間，很多因為社會轉變與時代脫節、需求的不同無法再有效被使用，所以適度改變使歷史和美學價值得以保護，這也表示能夠為無法有效被使用的空間帶來重新改造與營造的機會。「人要使空間與環境更適合自己使用」，也就是人主動去「同化」環境，把環境調理得更妥貼順當，對於原本已不適現在生活型態的老舊建築也一樣，調整原本室內空間使用方式，但那些老舊的味道、感覺依然會飄盪在其間，沒有被抹滅（王淳龍，2013：30），與老屋及過去做善意的連結，使現在與過去做對話，也藉以留存過去美好事物，當老屋被加入新的活動，可能是飯店、民宿、咖啡廳、酒吧、畫廊，甚至是美髮沙龍，原本的老屋根據新的不同使用方式，做了不一樣的翻修處理，在經營者投入的創意當中，老屋以新面目示人，在各樣設計語彙的詮釋下重新與人們日常活動產生交集，重新被尋回訴說，但老屋活化也因為沒有明確的文資法及施行規定，所以在「活化」的過程中面臨許多問題，無可避免地會改變原有價值，榮芳杰在部落格中提到：

「…山林事務所在修復完工之後，一直都有在「賣咖啡」，這類的新聞也都依照古蹟公式的慣例在強調賣咖啡之後，會再補上古蹟活化成功的美名。但是，「喝咖啡」真的是一種成功的古蹟活化行為嗎？古蹟活化的成功或是所謂的古蹟經營管理「成功」，究竟是建立在哪一種指標評量的結果之下？是咖啡豆遠從國外進口？還是在古蹟內喝咖啡比較有氣質，所以可以提升古蹟身為文化資產的一種精神象徵？（。混沌。建築。，2008）」

反思，在古蹟裡喝咖啡真的是活化行為嗎？根據黃仁志《消費社會中的古蹟再利用－台北市的案例》中提到：

「消費社會中已然由空間經營的課題所替置。自給自足的政策內涵，使得營造空間行銷的地景品牌，以及吸納商業化活動並促成古蹟的商品化，成為經營單位在自負盈虧的財務課題下，不得不採取的生存策略（黃仁志，2006：摘要）。」

也許在古蹟裡喝咖啡也是一種活化、新舊共存方法，老屋能夠被保存下來並且有人使用整理、照顧，老屋空間經營就成為了生存的策略。

轉引自《老屋顏》：

「老屋浪潮蔓延至今，這些蘊藏舊時代工藝技術與時代精神的建築似乎正在步入淪為純粹商品的歧途，不少商家因為建築本身不夠「老屋」而刻意加工使其更復古味，抑或為求營業之使而在硬體上破壞、改建，以致抹除了極具時代意義的建築元素（辛永勝、楊朝景，2015：8）。」

當然，不是每一位發掘老屋的人都是善意的，也有將老屋視為營利操作，在於金錢上的實質利益，而不是因為老屋本身所具有的潛力，發掘者價值觀不同老屋的命運也就截然不同（林雅君，2012：5）。在活化老屋時要當心改變後將原有老屋最獨特的地方抹除，這是最不願見到的，根據梁簣華（2005）則提出如果改變後的老屋能夠突顯出建築物存在的意義，那老屋的改變不只能夠保護老屋建築體本身，也因為改變更能彰顯出原本或重新創造出的價值，讓舊的建築空間因為人氣而重新活絡（張素雯，2011）。老屋活化讓人珍惜的不只是一棟老房子又得以在歷史中走上一段路程，裡頭最讓人感動得是，在新觀念與老建築跨時空對話下，這群年輕人投入的單純熱情，讓人看到一股清新的理想與高度的實踐力，也看到文化內涵得以接續的可能性。根據林雅君（2012）的論文中整理出將老屋活化的幾種方式，空間的清理與重整保留環境原始氣氛、改變壁面顏色與佈置傢俱營造開放空間感、體現屋頂結構鋼構樑作空間最大的重整、僅重新布置內部空間、重新詮釋建築使用方式、把過去特色與現代結合等，這些都是老屋空間與新舊共存的新詮釋，有的著重於空間佈置，因此對老屋結構的改變較小，有的則是拆除、新建改變較大，這些方法都是將老屋空間經由活化得到再生或延續也提供多元的創新（林雅君，2012：：34-39）。

故本文將對於老屋加入新元素與新活力分為兩種方式，一種是「再利用」的方式，而另一種則是「再使用」的方式：

- 再利用（Revitalization）：承載過去無形或有形的價值來創造具有歷史感的語彙，反映出歷史意涵，營造與過去歷史連結使其活化再生，是個著重於過去的活化方式。
- 再使用（Reuse）：重新詮釋老屋建築本體，強調活化空間創意思維，在空間內開始自己對未來幢景，視未來機能為主角，嘗試新生命的創作方式，是個著重於未來的活化方式。

而這兩種方式活化過程都使老屋與人連結，也將老屋的建築生命再延續，建築空間的留存與改變都是體現老屋具體價值。時間走過的痕跡，並非新建築所能模仿展現其獨特、稀有等意涵，也讓老屋的工藝技術與材料具有當時代意義，讓人認同活化後老屋的空間，就像是林黛羚（2010）所提：「現在客人來了都捨不得走，每天都有人陪著它，老房子終不再寂寞（林黛羚，2010：162）。」

第二節、空間意象

地面、牆壁和天花板所圍起來的空間充其量只是一個箱子，如果這個箱子裡再加入顏色、光線、材料、傢俱，就變成了室內設計（和田浩一等，2014：10）。

經營者所創造的空間，會將思想、信念、經驗、憧憬、氣度、美學、堅持、熟慮、人生觀等，無意識地融入其中，而我們所經驗到的空間，會與我們的心境及感覺結合，所以空間的認知經驗和意象的產生這兩者是互相影響的，人與環境的關係在互動過程中也相互影響（中村好文，2014：摘要）。

根據上述空間經驗與意象的基礎，將會針對「空間的形成」、「空間的經驗」與「意象的產生」進一步陳述。

一、空間的形成

從「身體與空間」的角度出發，當身體在使用知覺系統的時候，就會產生經驗歷程，知覺是由身體場域的現象活動所構成的，所以「身體」本身是一知覺場域，是知覺場域的尺度；而知覺則可認為是身體場的空間。意即，我們使用知覺系統所觸及到的，即為「空間」（劉畹芳，2002：16）。而這樣的空間是個不斷與周遭環境產生連結的個體，是由許多意念所合成的抽象名詞，是人與人、人與世界具有共同意象與連結的意義性網絡，所以這樣的「空間」是因為「人」而「存在」，所以具有價值意義（蔡怡玟，2010：17；段義孚，1998：31）。世界是由感官的知覺所組成，當我看的到、摸的到等感知的到空間時，我存在於空間裡面，空間也因為我的感知而確實存在，「身體」與「空間」之間，身體的姿勢和結構所創造出來的、人與人之間的，這些都是空間，「身體」是可以動的身體，而「空間」則是由人所創造的空間。所以當消費者進入到由經營者所營造的空間時，消費者的知覺自然就會開始感受空間與確立空間的存在。

二、空間的經驗

「老屋」這個詞，大量出現在報章、雜誌上，探究「老屋」的空間經驗，對於人、環境與存在價值，大眾對於「老屋」的需求與渴望，除了保存活化老屋為後代子孫延續歷史歷程的見證、避免成為日漸毀壞建築、並延續建築物生命週期、影響周邊環境，成為使城市容貌豐富的多元性元素，並保留城市集體記憶空間及人文藝術氣息，「人」與「環境」的意義與價值所在。

人與地方間的情感連結，老屋的存在價值在於常民文化與地方人文精神，活化後老屋重新與社會接軌，而經營者正是那個將老屋賦予新生命與情感連結的

人，有著記憶、情感、價值或歸屬。老屋空間會成為經營者發現自己、生活、產生經驗、詮釋、理解和找到意義的場所。

經由自身生活歷程中投射出有意義的網絡，成為一個具有經驗特質與生活經驗緊緊相繫的地方。在熟識度上，透過時間的累積可以增加對地方的了解，地方也提供了實質區位、自然物體、空間組織、人們對與地方賦予的意義與價值、象徵、人與空間之關係、關係的形成過程等，並自覺或不自覺地對地方產生地方感、地方認同、地方依附等，或多或少的對於某種觀念、人、事、物、文化、過去經驗或地方場所，所衍生出的期待與滿足而產生依附情感，依附情感可以說是經驗中最後的產物。經營者所創造的老屋空間除了有經營者的經驗脈絡外，當我們再去追尋、探究經驗脈絡時，則可以了解經營者的本質或文化，同時，這個空間也因為承載了「時間」的人文活動，成為過去時間之「回憶」（此指常民文化與經營者本身），所以在探究空間時也會因為「時間」的價值與意義而更豐富。經營者與空間關係會在探索和思考過程中不斷對話，經驗、感情、記憶、想像與現在狀態不知不覺的融為一體，同時也受到社會環境與文化價值之影響，所以「空間經驗」是思想與精神的融合後產生的意蘊和價值（蔡怡玟，2010：18、46-9）。

「經驗」是人類認知真實世界與建構真實世界的全部過程，可以由嗅覺、觸覺、味覺、視覺和間接符號意象方式形成「經驗」，「經驗」是由感覺與思想所構成的，人的感覺並非由單一感受所組成，而是長時間所累積的經驗記憶與預期結果所形成，感覺和思想是兩種不同認知方式，例如我們感覺到刺痛，所以會覺得受刺激或被殘忍的壓迫。當我們使用視覺來「觀看」環境時，其實也在認知、了解環境，不僅是簡單的記錄環境刺激，還有選擇性和建構性的過程，環境的刺激會經過大腦自行組織而不斷提供有意義的資訊符號，所以認知和想像不停地在交互作用，使人進而了解並建構環境（段義孚，1998：7-14）。

每個人在自己的世界裡都是中心，所有的事、物都會繞著自己，所以周遭空間內容也會依據身體而有所差異，只要人移動，所有與他相對位置的事、物都會跟著變動，所以當人就算在同一建築物內，仍然可以經驗到不同的世界（段義孚，1998：37）。經營者在老屋空間中所做出的空間選擇，對空間做出決策就是對空間認同與認知的發展（董娟鳴，2005：20），而消費者雖然是在同一經營者所營造的空間裡卻會因為不同的身份、年齡、認知等獲得不同的經驗。

最初經營者在選擇老屋的空間時，必會對所處的空間或地點有相當的連結（董娟鳴，2005：21），經營者的感覺、想像和思考會注入實體環境物件中，經營者對空間的營造決定了空間內容，因此可以說是極度個人化的空間經驗，空間營造由個人主觀認知，可能受到生活型態差異、文化背景不同、涉入和了解程度等影響。空間經驗的意義與內涵為人類與環境互動過程中所創造出來的，空間營造反映出一個人的生活方式，也是一種生活態度或格調，當成長過程中受到外界影響都會產生許多有意識或無意識的選擇（林筱玲，2010；陳任厚，2014）。而

我們可以透過經營者創造空間過程中的空間經驗與心理內在歷程，來了解是何種經驗使其如此營造，而營造出的空間正是一個被感覺的事物，從店頭設計、店內陳設、展示與物品、照明、外觀與招牌、標識，其中又可細分為裝飾方面、造型方面、色彩方面、材料方面，使用者都可以透過這些來產生空間經驗，了解經營者所創造的空間，與經營者的心理歷程作連結，老屋空間營造涉及的部分有：1. 空間性質。2. 經營者的想法。3. 經營者接觸老屋的空間經驗。

就像前面所提到的，人與環境互動過程中，人和環境是相互影響的，並且人透過知覺系統的方式認知空間，認知是一種心理作用、所有形式的認識作用，包括有：感覺、知覺、注意、記憶、推論、想像、預期、計畫、決定、問題解決，思想及溝通等等，產生對空間的印象與意義（或意象），所以當使用者（此指消費者）經由知覺系統來體驗設計者（此指老屋經營者）所營造的空間時，是否與設計者所設計的意圖一致，可以經由使用者對於空間的認知來探討，這可以知道設計者與使用者對於空間訊息的處理模式，也可了解當使用者在體驗空間時，所建構的空間意象（張昌明，1987）。

在老屋欣力 2013 年的簡報中也提及：

「在老房子中創造令人「愉悅」的經驗 其實是一個關乎「新舊對話」的美學價值以及經營者對老房子敏銳與執著的投入…在這個老城市中繼續開發與挖掘，你我身邊的老屋裡無可替代的時間感與生活元素，因此老屋，不因為夠老才值得保留而是經營者的用心與付出…更直接關係著大眾是不是能在老屋保存與再生中獲得正面的影響，進而認同或發掘歷史保存的必要性，以及分享或傳遞社會的「善意」價值（老屋工作坊，2013）。」

三、意象的產生

Image-在心理學裡稱之為映像、意象、形象、影像等，在行銷學裡則稱為形象、印象，意象的同義詞包括有心理圖象、概念、想法、態度、印象、信念、理想、期望、腦中圖像等等（鄭天爵，2009：48）。

意象（Image）是一個抽象名詞，Boulding²⁷ 1956 年將「意象」解釋為是一種主觀知識，強調心境及感覺上所認定觀感，是個人的主觀認知，可能受到生長差異、文化背景、熟悉了解程度等影響，所以意象並非真實內容，這些可能是認知的片面理解或人腦對於某事物的修飾與描繪。「意象」是一種既存感情，對於某事物在腦海中產生的想法、喜好或感覺及記憶。當我們對某事物有所了解（可以是片面的、錯誤的、徹底的等）後，再想起來的那些想法和印象即為「意象」（洪

²⁷ Kenneth Ewart Boulding，1910 年－1993 年。生於英國英格蘭利物浦，是經濟、教育、系統論科、哲學家，獨自開闢經濟學和社會科學中諸多研究領域。

偉中，2015；魏鼎耀，2005；王琮惠，2004）。而「意象」有時候也會成為所謂的刻板印象或稱為偏見，當意象長時間被賦予負面意義時，對人或事有過度的批判所產生的一種偏頗的信念（邱天助 2002；張春興 1989）。

生命體都需要透過「學習」來獲得對空間的經驗，而且每次獲得的經驗都會經由心理感受成為深刻印象，印在腦部的深層記憶中，當以後遇到類似空間或情境時，則會成為潛意識裡的參考資料，經由許多經驗堆疊出空間「意象」，這類意象相當個人化，通常會有一個主觀且難以描述的基本圖象，有時會搭配獨特的色彩、聲音、香氣、觸感等知覺出現，心理學家稱之為「空間圖式」（王淳龍，2013：28-9）。而老屋的經營者經過觀察、醞釀、思考後的空間圖式，會透過媒材呈現在空間中。因文化背景、生活型態差異與自身記憶情感連結後所產生意象，慢慢地轉化而成實質的空間就成了老屋活化後的空間，對於老屋「意象」是老屋經營者與空間最直接的連結，經營者本身對於老屋空間就有一定的想法與喜好或是感覺及記憶（即為意象），在接觸到目前所經營的老屋空間以前，內心會有所想像的空間，當接觸到目前所經營的老屋空間後，內心所想像的老屋空間會與目前所經營的老屋空間做結合，而生成了現在所呈現的活化後的老屋空間，因此老屋空間與老屋經營者的意象生成、轉化、相通都關係著活化後老屋空間的形成（鄭雅靜，2013：8）。經營者的老屋印象歷程（圖 17），是經營生活經驗產生出對老屋空間的想像，受到實質要經營的老屋空間影響而修正的想像空間，會與對未來的想像和生活經驗結合，成為重新詮釋後的老屋空間呈現給消費者。

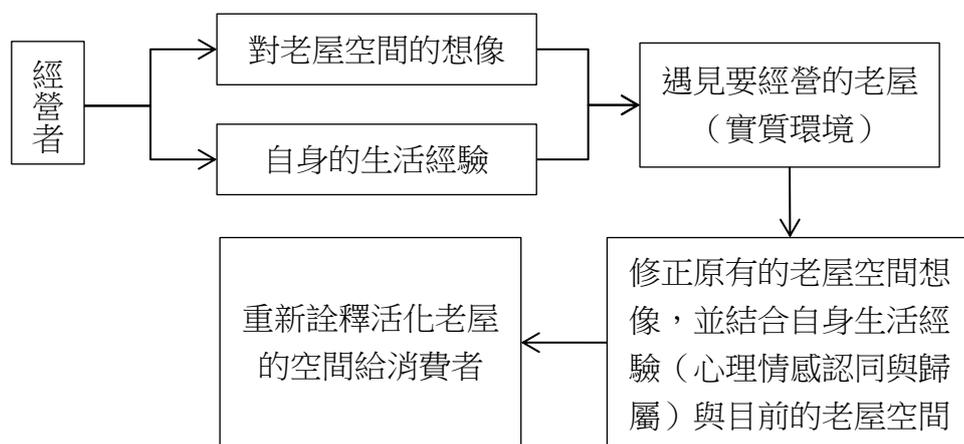


圖 17 經營者的老屋意象歷程

四、空間認知

我們對這現象世界當下的理解是透過知覺作用而進行的，周遭的一切視域之中必須保持某種熟悉的狀態（諾伯舒茲，1990：14）。

認知是一種心理作用（Function），指認識事物的歷程，在所有具生命能力中存在，是吸收知識與認識世界的基本架構，也隨著年齡增長而有所改變，可分為內容和形式來討論，內容是指認知活動所涉及的特殊事件；形式則指認知活動的內在結構（鍾聖校，1990：34）。

認知結構系統裡有個複雜的組織是經由經驗組織而來，是個有組織且動態性質的知識架構，由個體學習的各種經驗、意識、概念等構成一個與外在現實世界相對應的抽象認知架構，不同的認知發展階段或層次，會對應到不同的結構，也會隨著環境需求而改變，對訊息處理有著結構化的特性助於我們簡化（同化）及組織複雜的訊息，使我們對於環境或物件的刺激能成為一種習慣性的反應。在成長過程依經驗不斷的修正，將新的環境或物件歸併成一種同類的印象（張昌明，1987：24）。

空間認知依賴於環境知覺，人藉由空間元素刺激感官提供有效訊息，這些訊息透過大腦經由一系列心理變化組成的過程，並由大腦處理這些訊息並作出解釋，透過此過程獲得日常生活空間中有關位置與現象屬性的訊息，進行內化、分類、重組（方心汶，2015：9），當人去體驗事物時這些經驗將轉化為認知，並且是由一種推論和概念的形式去經歷體驗，透過觸動、考驗和穿越，體驗與認知將相互豐富（蔡怡玟，2011：45），知覺是一種將刺激的訊息處理後產生組織和意義的過程，是人腦最直接作用於環境客觀事物的各個部分、屬性的整體反映（方心汶，2015：7），消費者與空間保持著互動關係，當空間各種訊息及元素提供對空間認知來源時，消費者對訊息進行選擇與分析過濾從這些元素中選擇有意義的訊息來儲存、了解及重新組合。

空間認知是空間關係、實體與結構之內在或認知展現與知識（董娟鳴，2005：9），對於空間訊息的處理方式：接收空間訊息後經過內化、改變所接收到的訊息，將訊息與自身經驗結合成為「有意義」的訊息，經過內化、分類後消費者會產生「空間印象」。空間認知過程因知覺在環境中是由個人主觀行為所決定，所以經營者所創造出的空間所散發出來的空間訊息與消費者所選擇決定要接收的訊息及「有意義」的物件都有著極大的影響力，空間認知結構最後選擇的結果是將環境成為與自身有「意義」連結的訊息。當空間訊息經由自身內化的「選擇」與「同化」後，則可得到「空間經驗」，選擇有意義的空間訊息，並將它同化為一體，則成為「空間印象」。空間認知的目的在於獲取訊息、詮釋訊息及產生意義，當接收到空間訊息後，會將其化為「具有意義的」、「被詮釋過的」的空間經驗及空間印象（張昌明，1987：26）。

世界是由許多訊息所組成，並非單純的「刺激－反應」的現象（方心汶，2015：7），環境認知除了上述提到的空間訊息外，與自身生活經驗也有所關係，主要受到客觀的外在刺激與主觀感覺判斷。任何情感行為都不單單是心理或生理反應，是兩者一起共同作用的，許多情緒受到刺激而產生的行為（邱銘珠，2003：66），所以當消費者接收到空間訊息後，在內化過程中會與個人的空間結構能力、記憶、消費者自身的生活經驗互相影響，知覺在各種場合對人提供了各種可能性。個人與環境之間兩者一直在互動，並建構出真實的空間認知印象而成為與自身有意義的空間感受，這個空間感受會幫助、引導、判斷，並影響消費者對於整體空間感受，進而認識到經營者所創造出的空間事物。所以空間認知是將空間元素與個人或群體的情感等經驗由感官所攝取到訊息，加以過濾篩選具有主觀、選擇及組織等方式賦予特定的意義和判斷，而且在接收環境訊息時並非以單一方式反映，而是會加以組織統整後形成一個有意義的組織系統（陳榮彬，2009：21；方心汶，2015：9）。經營者所營造的空間提供了消費者對於空間組成的內容、組織方式，以及這些組成內容彼此之間的關係等訊息刺激，是一個特別的環境組合，需透過感官來理解也就是透過知覺來感受，當消費者經由感官接受後，與過去的經驗和記憶產生心理反應，成為「具有意義的」空間經驗，形成空間認知進而影響消費者的心理感受與空間行為（洪佳玉，2011：摘要），會因為重複造訪此地而產生出不一樣程度的地方認同，透過接觸與體驗滿足特定需求（蔡怡玟，2011：49），消費者接受環境及空間刺激後，對空間方面的了解能幫助經營者解決未能發現的問題。

前面所提到老屋保存的理由有體現環境變遷的過程、保存地方特色、常民文化再現、工匠技藝的傳承等，由經營者不管是再利用或再使用，重新詮釋過的老屋空間，當消費者在認識這樣的老屋空間時，消費者與「老屋空間」的關係，哪些空間元素會被消化成「具有意義」的訊息？而「體現環境變遷的過程」也會因為自身的生活經驗與年齡層不同，所參與到的時期也不盡相同，對空間認知的能力也不同；空間元素傳遞的訊息，對每個人的知覺有不同的重要性，可能在地人沒有發覺的空間訊息，外地人是覺得強烈的，或者自己小時候不是在類似空間居住或生活過，或自己的長輩在類似空間裡面的生活行為與自己的記憶等，這些空間元素都會轉換成對自己有意義的訊息，使自己了解老屋空間；更甚至經營者加入了許多自己的空間意象，將老屋成為「再使用」的空間，強調活化空間的創意思維，使老屋用另一種方式展現，所散發出的空間元素則與「再利用」不同，消費者將空間元素轉換成的意義也會不同，不管是再利用或再使用的老屋空間，經營者們所想要傳達的空間感受與消費者們所認識、認知到的空間是否一致。消費者接受空間訊息的心理歷程如下（圖 18），消費者接觸到經營者所創造的空間時，透過自己的生活經驗選擇要接收的空間訊息，空間訊息再與生活經歷做有意義的連結，而產生出個人的心理感受與行為建構與感知空間。

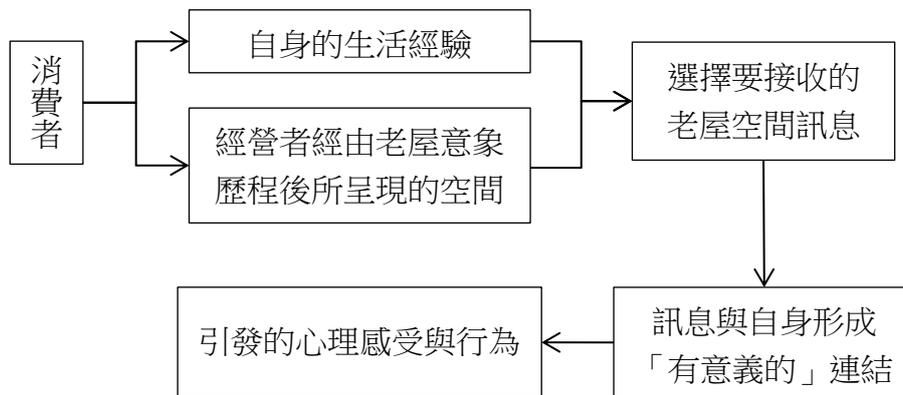


圖 18 消費者接受空間訊息的歷程

第三節、影響空間經驗之變數

建築（環境）究竟如何影響我們？環境會影響我們的心境是眾所皆知的，而建築是環境的一部分更是理所當然。所以如果我們承認這點，則建築便不只有器具的價值，還包括心理方面的功能（諾伯舒茲，1990：10）。

現代的生活型態處於快速多變、緊張、忙碌的環境，第一章提到老屋成為一股潮流，因為快速的社會，造成許多房屋被重劃，與地區的連結因此消失，而產生出對老屋的依賴，被保存下來的老屋隨著經營者的使用方式而改變，老屋的空間成為傳遞經營者訊息的重要環節，「環境」、「人」、「意象」、「時間」，經營者在老屋活化的商店裡把想法或個人價值利用空間傳達給消費者，將社會與文化價值突顯出來，把「環境」、「人」、「意象」、「時間」置入到老屋故事中，消費者從空間裡面會認為自己獲得到有意義的心理感受（王志剛，2010）。老屋空間需要透過消費者成為空間的觀者時，才能了解經營者所創造的空間是否具有吸引力或是否有達到經營者所想傳達的意圖（陳任厚，2014：18），也因為營造空間是經由個人主觀認知、性格、思想觀念轉化而來，成熟的思想與技巧便能明顯的具體表達出經營者的人格生命與精神（劉其偉，2002），室內環境的設計不僅是實質上的機能，其實還有心理上的、象徵性的以及個人主觀上的（Stanley Abercrombie，2002：15），消費者也因為個人背景的差異，面對同樣的場景，內心被撥動的心弦也有所不同。

在老屋活化的過程中，人們常保有懷舊感、歷史記憶、歲月痕跡、特有的味道等，這些無形資產都將嘗試被重新塑造成為消費的一部份（林雅君，2012：1）。在老屋空間內消費者與經營者的關係如下（圖 19）經營者在生活的過程中建立

對老屋空間的想像，之後受到遇見要活化的老屋空間的影響，修正自己原本對老屋空間的想像，結合對未來的想像和經驗後重新詮釋了老屋空間。消費者也受到自己生活經驗的影響在經營者所創造出的老屋空間中，選擇了對自己有意義的空間訊息後產生出個人的心理感受。而經營者所呈現的老屋空間與消費者所體驗到的老屋空間，兩者的感受是否一致？是本研究所要探討的。

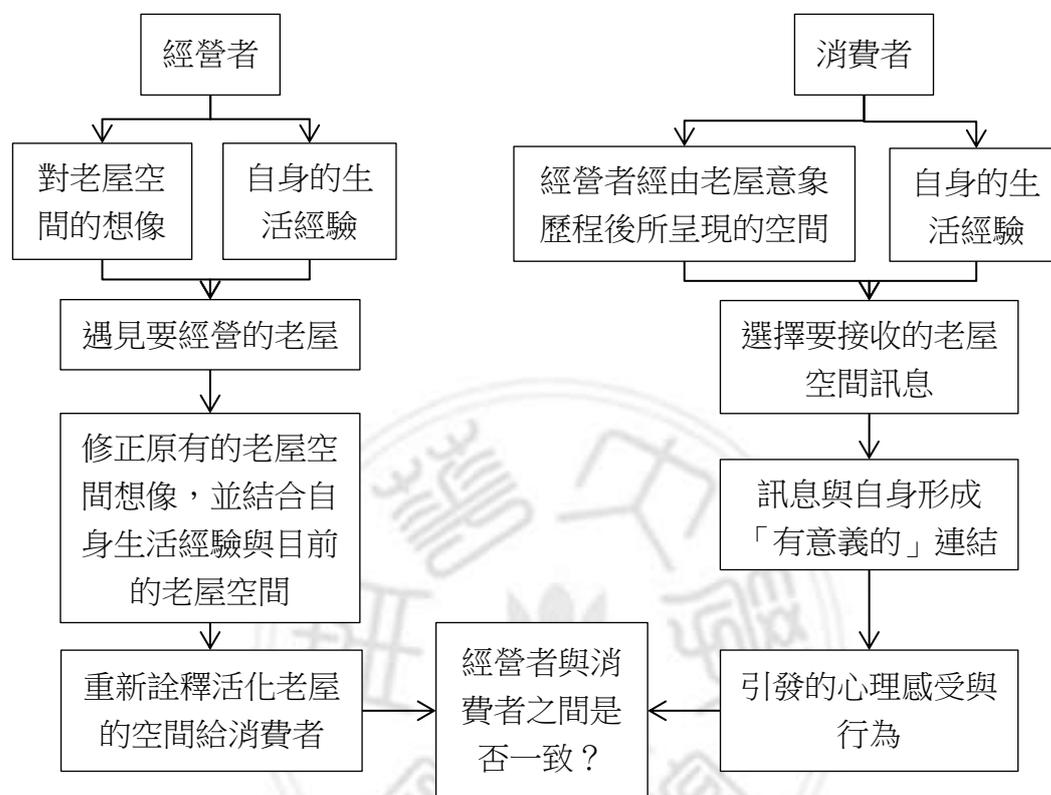


圖 19 在老屋空間內經營者與消費者之間的關係

一、空間的組成

空間是由物件、光、活動所組成，當這些組合不同時所體驗的結果也會不同，不同物件代表著不同的意義，不同空間界定方式、空間活動與光線明暗、物件的形狀、顏色、數目、大小等性質，都深深影響人的感受。

當空間「很大聲」的時候，人也會受到環境的影響，也許人會變得拘謹迷惘、無法安心地身在其中；而當空間如湖水般靜中帶激時，人就像優游其中的魚，自在滿足。人與空間，應該維持著巧妙的平衡，就像蹺蹺板的兩端（林黛羚，2010：28）。經營者所想要傳達的意圖與真正傳達到消費者身上的是否一致？經營者想要表現的是與過去什麼樣的關係？是連結或是突破？在與新活動共存的老舊建築物裡，經營者營造的光線、色彩、質感、活動，給消費者何種感受？人改變了空間，空間是不是依循著經營者或設計者希望的方式回報？

（一） 活動

空間因活動而有不同的使用方式，有些需要被獨立，有些會重疊，老屋活化空間是將舊有空間內加入新活動，可以是未曾發生過的活動、用途、延續閒置前的活動，可以是朝著多元空間發展，餐廳與展場、書店與演講廳、工作室與住宅等複合式經營，隨著活動不同所對應到的內部機能也不相同（林雅君，2012）。透過活動消費者可以感受到的不再是以前所被閒置的空間而是全新的空間，根據蔡孟軒（2014）所提到的：「群眾通過消費行為以及參與藝文展演使老屋達到文化的延伸效果（蔡孟軒，2014：27）。」藉由新活動置入使老屋空間成為更生活化的場所，加入藝文活動讓老屋成為文化傳遞媒介，透過新加入的活動將老屋與城市，還有生活和文化結合在一起，這樣的老屋活化與常民文化再現，產生了具有深度與多元的創意價值。

林雅君（2012）提及的老屋活化案例—台南市民生路 132 巷道內「破屋」，活化前是間格局方正、沒有瑣碎空間的閒置印刷廠，直到經營者承租後加入許多不同活動，除了在平常營業時間供應早午餐，也在特別時段播放電影、舉辦現場演唱會達到各領域的人士交流分享，樓上空間則陸續開放為藝文展覽空間將空間打造成為一個美食、音樂、電影交流的複合式藝文空間，把工作與生活都融入在老房子中（林雅君，2012：60）。

因為大環境的變遷使得生意衰弱的八卦窯場，在台中的工業區—「八卦窯餐廳」，窯場主人將原本燒窯空間轉變為可以在裡面飲食的餐廳，也因為八卦窯式的燒窯空間，就算沒有過多的空間元素裝飾也讓飲食空間變得很不一樣，成為一個可以感受舊式窯場的另類餐廳，邱銘珠（2003）認為這樣的空間，「感覺好像回到遙遠年代的古堡，充滿回憶…往日忙碌工作景象不再見，原是濃煙不斷的煙囪，早已不在（邱銘珠，2003：101）。」只是注入了新的活動的舊空間，台中的八卦窯餐廳也成為了瞭解窯業變遷的場所之一，舊式的燒窯方式需要耗費許多人力且產量有限漸漸被自動化所取代，轉變為餐廳後的空間消費者對燒窯的過程與歷史充滿好奇，窯場的主人便會細心訴說著屬於八卦窯的轉變，原本燒窯的灰暗意象也改變成為絡繹不絕的用餐空間。

注入新活動的老屋空間，更易接觸大眾，也成為文化傳遞的交流空間，將常民文化重現，也讓工匠技藝傳承，成為構成文化的主體與核心重新詮釋。

（二） 整體空間

舊衣服、舊家具、舊書、舊生活的氣味（村上春樹，1998）。

「我一直希望我住的房子能與土地及大樹產生關係，而這間房子擁有前後院及三棵超過三十年的大樹（林黛羚，2010：75）。」擁有前院及後院的舊房子，在我們腦海中就有特定的想像，「老屋是能夠被指認的」，在這樣的空間裡又有

著老樹，所營造出來的空間感受是慢的、是很悠閒的。

台南海安路上的「隨光呼吸」原本是中醫診所的倉庫，活化後保留了日式建築特色，以老屋的痕跡做為營造空間的氛圍，保留了天花板的鋼梁結構、立面的雨林板、門口的鐵捲門搭配新設的玻璃門等，使消費者能夠明確感受到老屋的過去曾經承載的機能與閒置、活化的過程（蔡孟軒，2014：31）。

「破屋」也有同樣的手法，斑駁剝落的牆面、碎裂的地磚、舊物件突顯老屋的痕跡等，經營者強調老屋特有的破敗、原始、粗糙、滄桑，認為這本來就是老屋最真實的一面，不想刻意去掩飾，林雅君（2012）認為「破屋」的空間氛圍就像是它本身一樣，雖然又破又舊，但是非常怡然自得的佇立在這個小巷子中，被老樹纏繞，鐵窗、欄杆鏽蝕，與經營者想要呈現的空間感受一致（林雅君，2012：61）。

而台中的「宮原眼科」則搭配有現代感的玻璃帷幕，形成與過去具有衝突的老屋活化空間，宮原眼科是 1927 年台中第一家眼科診所，日出集團在 2010 年購入，打破對「原樣修復」的迷思，活化目的不在於「凍結時空」或「保留過去」，就如同前面所提的選擇再使用的方式呈現，將宮原眼科改造為冰淇淋商店，而將內部營造為老上海般的用餐空間通過敘事設計營造的空間，也清楚地將經營理念傳達給消費者「新舊共置」、「不凍結時空」、「不保留過去」，也將高聳、豪華的書櫃置入其中，試圖達「知識就是力量」的企業理念（王桂儀，2012）。也因為新舊的衝突讓宮原眼科成為台中的新景點，成為連結歷史記憶與品牌文化掠奪城市空間（張詩唯，2015）。

「氛圍」的體驗是目前商業空間重要的產品之一，而氣氛是有許多物件所構成，主導著整體空間。當經營者或設計者沒有掌控好空間的營造時，就會和自己所要的氣氛不同，進而使自己所預期的消費者心理感知有所出入。

（三） 光線

沒有光線，就不會有色彩。我們對色彩的認知，不僅受時間、地點、使用習慣、個人品味所影響，也因光線而異。維根斯坦（Wittgenstein）曾建議讀者進行一個小測試：“傍晚光線黯淡，幾乎無法辨識任何顏色時，畫下你所見到的房間景象；在打開燈光，比較這兩者畫中顏色的不同（Abercrombie，2002：117）。”

日出的陽光是黃色光，而後為白光，日末則為紅黃光，燈光可以營造氣氛，也讓使用者處於安全的狀態（邱瓊平，2007），薛涵君（2012）的《彩色 LED 燈光之心理特性研究- 以光的三原色及黃色為例》中指出，燈光的亮度差異對受是者心理感受並無明顯的影響，但在不同顏色的燈光下有著顯著的心理感

受，紅色燈光是「警覺的」感受，綠色燈光是「陰森的」感受，藍色燈光是「清涼的」感受，黃色燈光帶給受試者是「明朗的」感受；所有燈光當中，以低亮度水準黃色燈光舒適度最高，高亮度水準紅色燈光舒適度最低（薛涵君，2012：摘要）。光線能控制消費者的心理感受，像是台南二空眷村區的仁愛村邊界處「二空阿國」酒吧，經營者用獨創的設計風格來改造這棟軍眷宿舍，裡面使用微弱的燭光來呈現，在軍營區裡散發微微燭光營造出歇息的享樂空間拉近與消費者的距離，也呈現了眷村的意象（林雅君，2012：68-9）。光線也成為目光投射的焦點，「刻意將投射燈光照在老梁柱的紋理上，讓「時間」來裝飾這個空間（林黛羚，2010：31）。」將燈光投射於老梁柱的紋理上，「時間」這個元素，就馬上在空間裡散發出來。

經營者如何利用燈光將老屋空間內特有的氛圍與自己的想法融合在燈光中，燈光的選擇影響消費者空間的認知與建構。

（四） 色彩

在我們日常生活中接觸色彩機會，就和我們呼吸空氣一樣的頻繁。只是我們常常視而不見，忽略了它的重要性或影響力。…用色的好壞與對錯，除了對視覺美感有影響外，還會影響情緒及工作效率，…色彩也可以改變空間感大小，和塑造一個人的個性（李琬琬，1993：117）。

某一特殊房間牆上看見的顏色會覺得很動人，可是若在別處房間中照樣模仿，則因在一種新的周圍環境中失去其原來之吸引力（拉斯穆生，1987：189）。

在一間南北有窗的房間中，同樣灰色牆壁在靠近南窗之處則有溫暖的感覺，而靠近北窗之處反之（拉斯穆生，1987：189）。在老屋空間中，亦有著這樣的特性，老舊建築具有獨特的氣氛不是新建築所能取代的，就算使用了同樣色彩的空間也營造不出老屋特有感受（邱銘珠，2003：21）。在老舊建築裡經營者可能會選擇使用較原始的材料不需要太多加工處理，木材就是一種。木材本身的顏色就有很多，但都是以棕色為大宗，棕色—是一種可以用作療癒、自然、飄散著安心、給人大地聯想的顏色（翁錦玉，2007：52），也是個不具侵略性的中性色彩，它對情緒及心理狀況調適效果其佳。棕色可以幫助喚回一般常識及辨別力，也可以幫助個人「回到地球」，對漫遊太虛的人最有用（Ted Andrews，2003：40），深褐色也讓人的徘徊時間較長（Francis T McAndrew，1995：79）。老屋因為有時間累積所形成的色彩，可以緩緊張的關係和人的情緒及心理，而原木的棕色使心情放鬆，是讓人希望維持現狀的色彩，也因為棕色對光的反射較弱，看到時不會覺得太亮，也不會感覺疲勞（葉美莉，2000：122），花蓮壽豐鄉的「五味屋」就是一個擁有大量「棕色」的活化空間，日治時期「風鼓斗」的建築形式，用甘蔗葉與楠木作為房屋基本材料，「五味屋」是社區孩子們的另

一個家，因為社區裡有 85% 的孩子是單親、隔代教養，在這裡可以得到陪伴或支持，與他人建立關係、產生互動，也因為色彩使孩童覺得安心，願意主動來到這裡，也才能夠進一步建立正確的價值觀（葉瀚中，2011：61-74）。

老屋空間因為時間的累積，給人有種平穩的感受，像是地面泥土和石頭之灰色或褐色，有重力、穩重的感覺（拉斯穆生，1987：188），老屋空間裡也會有很多色彩，好像開花灌木叢、樹和其他一切從地上長出的東西有著許多的顏色，像是彩虹顛覆了對眷村的色彩意象。當天花板的色彩使用白色、淡粉色或淡藍色，就好像我們頭上的天空一樣，而如果地面使用粉紅色或是藍色便會有如履薄冰惶惶不安之感（拉斯穆生，1987：188）。

也有可能視覺上看起來是這樣的顏色，但是感覺上並非是，「這棟老房子，我感受到它紅褐色的溫暖，來自於精神的感官（Bachelard，2003：118）。」可能當經營者想要有老舊、殘破的感受時，則是灰灰暗暗的顏色，想要有突破、不凍結時，給人的顏色會是明亮的；反射率高或者較光滑的材料，空間看起來較寬敞；穿透性大的材料，也會使空間看起來更開朗。所以大理石牆面、鏡面、玻璃面，所圍聚的空間，會比使用紅磚牆面、貼壁布（甚至掛貼地毯）、貼砌斬大理石片牆面，及木材牆面等所圍聚的空間，覺得寬敞開朗些（李琬琬，1993：79）。

顏色也會讓我們對某件事物產生聯想，例如像雪茄烟的顏色則是用於書房，而帶香味的顏色則適合於閨房（拉斯穆生，1987：187）；中學生對色彩聯想內容缺乏色彩的感性意象，像「白色」的聯想是「雪」、「橙色」的聯想是「柿子」等，但成年後就能捕捉色彩的意象特質，會聯想到抽象的內容，粉紅色象徵花苞，沒有被現實污染的「純真」，橙色代表成熟、通情達理的大人心理，相對地，灰色就被認為是象徵人生的「衰老時期」，或是「挫折」（葉美莉，2000：56）。前面所提到的「老屋空間是可以指認的」，老屋內的色彩也會將我們帶回到那個時空，像西螺延平老街的文化館，裡面的色彩自然就讓我們深浸在老舊街屋的氣氛中，使用的紅色與白色，刻劃出春聯的濃濃喜氣，我們能夠聯想到原本的「文化館」是怎樣的「茶莊」（辛永勝、楊朝景，2015：118）。

二、人的體驗

「阿公過世已經將近二十年了，對阿嬤而言，房子是她與老伴之間唯一的連結，如果房子拆了改建成方正透天厝，等於是將她人生某部分洗刷掉，前半生的存在似乎從此成了泡沫（林黛羚，2010：174）。」因每個人對老屋的意象與想法不同，故造成的感受上的差異，老屋可能是生命中一塊重要拼圖，可能是未來生活藍圖，可能是日常裡沉澱心靈場所，也可能，什麼都不是。

（一） 學習

不同學習背景的人，所開發的領域強項不同，對同樣環境會有著不一樣的體驗（張昌明，1987：40）。像台東糖廠的檔案室咖啡，原本其實是事務所租下做為事務所人員下班後私人聚會的場所，因為事務所人員大多是外地人，提供給大家一個休息的空間，也因為 2010 年 8 月糖廠對外開放，咖啡館便也開放了，同樣都是「建築」背景的一群人，因緣際會下開始了咖啡的經營，也因為都是「建築」相關背景，對「經營」這件事有著很不同的想法，裡面所販賣的餐食，都是事務所成員家中所有的食材，有什麼就賣什麼，反而對於「空間」有較大的想法，園區的空間、在地的文化，甚至到了後來蒐集起台東老教堂的歷史資料，做一份社區與部落伴隨著老教堂的成長歷史紀錄，也思考起當的國小的「通學路」設計，因為有「建築」的背景，使這些經營者們在看待閒置空間時，有不一樣的看法，也因為經營者們的付出，使得來到這裡的消費者收穫的不只咖啡，還有他們對台東的關心與付出（葉瀚中，2011：54-61）。

「五味屋」也是一例，是由東華大學顧瑜君教授帶領研究生們活化的空間，到裡面生活的孩童所接觸與學習到的，是五味屋的經營精神，是一個充滿「關係」的商店，任何物件都和自身建立關係，漸漸的信任、願意表達，五味屋成為孩子們的「地方」，提供依附和認同的「地方」（葉瀚中，2011：65-73）。

在彰化的「紅葉食趣」則是由兩位熱愛老房子的女性所經營，其中一位曾擔任彰化市觀光導覽員，經營者也特別將老屋的經歷保留下來，目前有三塊招牌，此老屋本來是「紅葉大旅社」，再來是「小西文化協會」，而後是「紅葉親子童玩館」，後來因為社區營造的能量減弱，地方的活動再度沉寂，直到遇見了兩位老闆娘，才又重新注入活水，成為「紅葉食趣」，也因為導覽員的背景，瞭解地名與地方文化的由來和特性，在談話的過程中彷彿上了一堂輕鬆的地理與歷史課（辛永勝、楊朝景，2015：101-04）。

（二） 成熟

成年人對空間和地方的感覺和意念是相當複雜的，因為在成長的過程中，有無數的生活經驗（段義孚，1998：17）。

隨著年齡發展成熟度的不同，對於空間認知或色彩聯想等，都有不同程度的想法（張昌明，1987：40）。

在〈回收房子—台南老房子進化 ing〉中提到，「現在老房子改建商業空間的經營者多是六、七年級的年輕人…他們看到老房子的新價值…」（顏世樺，2011：26、35）」因為社會的快速更新，在這個世代年輕人眼裡認為老屋是有價值的，但在更上一輩的人眼裡可能就不這麼認為，嘉義的「芙甜」就是一例，屋

主本來要將老屋拆除興建大樓，使更多的店家進駐（由於地點良好），是有心的想保護老屋的年輕人們極力搶救與勸說才將它留下（陳俊文，2013：38）。在都市中的老屋因為有經濟的誘因，所以很多老屋陸續被活化保存下來，但在鄉下許多地方的老屋雖然是有價值的，但因為沒有經濟利益、也較少有認同的年輕人出現，所以那裡大部分老屋都面臨著被遺棄、嫌棄或拆除的困境；也因老人對於「破舊」老房子的價值與認同和現代年輕人有所差異，所以在未被發現的鄉下地區閒置空間中許多老屋都因破敗無法修復而漸漸消失中，而更年輕的學子青年族群對於老屋的價值觀念也有所不同，林雅君（2012）提出，老屋的消費族群為青年學子，其實對於老屋的保存意義，並沒有太大的共鳴，是藉由觀光才被拉進常民生活場域之中，也才「被動」的感受到老屋空間（林雅君，2012：109-10），也因為這樣老屋成為文化傳遞的重要媒介。

（三） 經驗

看著曾經陪伴家庭三、四十年老沙發，或者觸摸用了五十年的老檜木書桌，一旁昏黃靜默懸繫牆面的老壁燈，你會聽到它的故事、讀到它的過去…（林黛羚，2010：213）

對於過去的特殊經驗會影響人對空間的體驗（張昌明，1987：40）。中村好文（2007）對於空間的「特別記憶」有這樣一段話：「現在回想起來，那個不起眼的家孵育了我遊戲心、培養了我的好奇心，也教給我什麼是讓人賴著不想動，所謂居心地良好的地方（中村好文，2007：82）。」爬到屋頂上、坐在屋脊眺望大海，一個對於其他人來說不特別的家，多年以後再次觸碰到、觀察到、體驗到那些場所時，讓心有觸動，浮上腦海的是那些暗褐色孩提時代的畫面，生養的家，以及它四周的自然環境（中村好文，2007：82），因為過去對於家的經驗產生的歸屬感，讓人再次碰到類似的場所時，情感的連結會更加強烈。往往因時間消逝而遺忘的印象、情感等記憶，當在歷史的時空中找回過去的記憶時，便建立在時間變遷下的空間價值（邱銘珠，2003：70）。

陳俊文（2013）也曾提到自己對嘉義舊監的特殊情感，那是一個參與超過十年的文化運動地方，那裡成為了他的「地方」，感到空間非常熟悉時這空間已經變成「地方」（段義孚，1998：68），在裡面投入的精神成為了最特別的記憶，當再碰觸到類似的場景時，不管是類似的藝文活動、導覽體驗，甚至是一幅畫，都讓他回想起當初最溫暖的革命情感（陳俊文，2013：47）。老屋空間容易與民眾的「特殊經驗」有關聯，透過意象和象徵直接生活於其中，也因為再現日常生活的情感核心，它擁抱了熱情、行動及生活情境的所在，蘊涵了時間，在一個充滿生活意義的空間中探索自身（蔡怡玟，2011：57-8），保存的老屋不只依靠物質的再現，也與「特殊經驗」連結，是個能夠喚起一個世代「共同記憶」的經驗，

不管是聲音、味道、街景等，這些生活場景與經驗，都代表著一個時代的樣貌（蔡孟軒，2014：68）。

（四） 意圖

進入老屋空間的意圖有很多，都伴隨著停留時間長短的選擇，可能進入老屋空間是要購買文創商品，則停留的時間專注在商品上會比空間上多；為了要用餐，則餐點的美味對消費者來說比空間佈置來的重要，在林雅君（2012）中也提到，如果本身是偏好老屋的人，則注重在老屋空間中的各種體驗，並在體驗過程中得到空間的迴響與共鳴，在內心自我的追求中得到某種相同的頻率，並獲得滿足（林雅君，2012：6）；老屋活化是現代社會的商機，但當經營者不了解老屋真正的價值時，不泛是對老屋的第二次傷害，也可能傷害真的有心保護老屋的經營者，雖是都是發掘老屋之人但不同的意圖也使老屋的命運截然不同（林雅君，2012：5-6），這可能會使老屋消逝的更快，並使老屋真正的價值被埋沒，如果只是利用老屋「仿製」復古的氣氛來吸引消費者，等到退燒的時候老屋將會消失的更加快速，並且更容易失去原有價值。

不同意圖的經營者所營造的空間會影響消費者的空間感受，而不同意圖的消費者進入老屋空間亦會有不同的空間感受。黃冠博（2010）也提到，「古蹟、歷史建築若只讓參觀者看到建築本體、物件本身，而沒有展現其背後蘊藏的更多豐富資訊、文化內涵，參觀者很難從中獲得對其受益的收穫，以至於這些古蹟、歷史建築將無法進一步跟參觀者有所關連。」（黃冠博，2010：21）當經營者不是真的有心保存老屋或發揮其真正潛力時，則老屋的價值將會無法展現，當老屋的價值被簡化為「懷舊」與「復古」時，真正重要的「常民文化的再現」與「體現環境變遷的過程」等價值將會無法展現，更進一步造成與「地方」的脫節（葉瀚中，2011：19），無法體現人與生活環境的關係與投射集體記憶時，老屋將失去意義，也會使消費者對於老屋空間的認知與認同模糊，甚至是無法與自身生活經驗連結，也無法融入其中。

（五） 熟悉度

在〈回收房子—台南老房子進化 ing〉中提到：「現在改建商業空間的經營者多是六、七年級的年輕人，以台南人居多，也有來台南求學，畢業後又回來的外地人…（顏世樺，2011）」可以發現很多老屋空間的經營者都是返鄉就業，想為在地付出讓更多人認同自己的家鄉，同時也為老屋進行改造，讓老屋與時代重新接軌。台東「檔案室咖啡館」案例也喚起許多人的「地方感」，許多人主動詢問是否能到事務所上班，因為也想替自己的家鄉付出「如果單純的從事商業設計、接案子，那我們留在台北就好可能賺更多（錢），沒必要留在台東，留

在台東就是希望能為台東做些什麼（葉瀚中，2011：59）。」在台中的「小夏天」老屋餐廳是舊美軍宿舍，因經營者是在地人，所以對於在地的建築文化情感更加濃烈，所營造出的空間讓屋主的後代每每再次造訪時，都忍不住回憶起過去的種種往事（辛永勝、楊朝景，2015：95-8），雖然裡面販賣的是異國料理，但因為自身的「地方感」，讓老屋的室內空間沒有變成「異國餐廳」的氛圍，對老屋的保存與愛護更是感動了屋主一家人，蔡怡玟（2011）提到，「時間對地方而言，是具有累積性的」（蔡怡玟，2011：47），當我們對地方越熟悉時越能建立地方感，時間就是一個最直接的作用，在某一個地方累積情感進而發展出一種對地方的依賴與認同。

當人們重複造訪同一的地方時，透過接觸與體驗會發展出不同程度的地方認同（蔡怡玟，2011：49），台南的「a room」，經營者堅持每天 20：30 時播放非主流電影，而且不管有沒有人要看就是熄燈播放，一開始有很多消費者不認同，認為這樣會影響自己與朋友的談話，但時間一久了來這裡的客人也認知到「a room」有這樣的「傳統」，抱怨的聲音幾乎消失無蹤，反而消費者也開始認同與期待這樣的任性，碰運氣的方式看有沒有自己喜歡的電影，沒有的話也可以透過電影內容與他人進行討論（葉瀚中，2011：77）。因為消費者熟悉、了解，進而認同老屋空間中的活動，也與此空間有了「地方」的連結。

第二章所提地方特色、工匠技藝將建立為有形的「文化價值」；常民文化、環境變遷建立為無形的「歷史價值」，經營者新加入的空間元素與呈現手法將建立為「新空間價值」，這三種價值為本研究紀錄與分析老屋的依據；而消費者空間感受將幫助經營者了解三者價值所傳達意義實際體驗的差距。

表 6 老屋活化價值

項目	文化價值	歷史價值	新空間價值	驗證空間
根據	地方特色、工匠技藝	常民文化、 環境變遷	老屋活化、 老屋意象	空間認知、 空間體驗
內容	<ul style="list-style-type: none"> • 屋齡 • 材質、建材 • 形式 • 構造 • 工匠技藝保存 	<ul style="list-style-type: none"> • 故事性 • 使用姓 	<ul style="list-style-type: none"> • 空間意象 • 保存方式 • 空間表現 	<ul style="list-style-type: none"> • 活化空間

資料來源：本研究整理

第三章 研究設計與實施

第一節、研究對象

參照前一章所建立的操作模式，老屋因文化價值（地方特色、工匠技藝）、歷史價值（常民文化、環境變遷）、新空間價值（老屋活化、老屋意象）而受到重視，在環境變遷的過程中，經營者過去的生活經驗將如何改變已經不符合現在使用的老屋空間，而將老屋空間結合自身的理念，經由空間的氣氛傳達給消費者。

一、玉山旅社



圖 20 玉山旅社

(一) 玉山旅社概述



圖 21 玉山旅社位置圖

「玉山旅社」位於嘉義市共和路 410 號，在舊北門車站旁，是六棟緊鄰的木造街屋最裡面的一間，玉山旅社經歷過許多不同的使用方式，一直到這任經營者認為「保留，應該是在保留那個歷史性的淵源！」所以玉山旅社用複合式的方式持續著旅社的功能，也將內部販售的商品用更在地化、更理念的方式呈現，「玉山旅社賣的一定要是公平貿易的咖啡、一定要賣小農的東西，認真減少了像糖是蔗糖；蜜是小農的蜜。」提升再利用的方案，更友善、更在地化、更持續性的事情在玉山旅社裡面發生。

(二) 玉山旅社的過去

在北門車站旁的玉山旅社（**錯誤! 找不到參照來源。**）各個時期都扮演著不同的角色，被賦予的使用都有著存在的價值與意義。

日治時期因開採阿里山檜木而興建的阿里山森林鐵路，北門車站成為木材的集散地，本來玉山旅社的基地上有三棟住宅，在 1949 年阿里山鐵路退休的車長與朋友合夥，拆除了原有的建築物並興建連棟的六間木造街屋，其中一間則為現今的玉山旅社，興建作為住宅，幾年後轉為地區性的小旅社，成為阿里山線市區與山區商人來往休息的客棧，1973 年時阿里山鐵路轉型為觀光鐵路，即使林業的沒落，玉山旅社還是有著「觀光」的客源，到了 1982 年阿里山公路的通車，造成阿里山鐵路的搭乘率下降，受到林業與鐵路相繼沒落影響的玉山旅社，住宿旅客與觀光客銳減，玉山旅社的空間則被現實逼迫，不只有旅社的營運方式，還加上了特種行業的經營形態存在，一直到 2006 年玉山旅社正式歇業。

因無人居住，木構造的結構損害更加嚴重，在 2007 年就注意過玉山旅社多次的余國信在 2009 年將玉山旅社承租下來，並成立玉山旅社修護團隊，介入空間維護與營運玉山旅社。

（三）與玉山旅社的淵源

1999 年讀書後回來嘉義的余國信，覺得嘉義的街景變化很大，和當初離開時的街景不太一樣，雖然當時沒有什麼大建設，但是許多房子都被一間一間的拆除，重新蓋成水泥建築，從 2001-02 年加入搶救公部門的土地的活動，一直到 04、05 年比較指標性的嘉義舊監、舊酒廠、火車站、鐵道藝術村、公賣局等等都搶救下來了，而之後在當導覽解說員的余國信就常想，那時搶救的都是公部門的舊建築，那民間建築呢？「把公部門的土地自己保留以外，也要去保留更多的民間」、「我們覺得建築，就像基因庫，它是有條碼的，可是我們的條碼總是公部門的，就是那個多樣性不夠」，也因為本來就對木造房屋非常感興趣，所以發現玉山旅社後就開始覺得應該要開啟嘉義民間建築的保存這件事。

也因為是連棟住宅，如果玉山旅社拆掉了，那麼其他的木造房屋也會跟著拆除，「所以它是有一種連帶作用，那我們保存了，就會有連帶作用的保存」余國信這麼說。也因為是木造房屋，它與城市的論述與未來有著密切的關係，看著日治時期林業的興盛與衰敗、阿里山的開發與轉變，承載著嘉義歷史脈絡的玉山旅社，在 2009 年重新啟動玉山旅社，延續的原本旅社的功能，還加入了其他的使用方式，成為藝文咖啡廳。

（四）現在的玉山旅社

玉山旅社得以保留了，也連帶地將其他五棟一起保留下來，余國信認為修復與維持旅社的功能一樣重要，「如果沒有旅社功能，那它跟外面的老屋有什麼不一樣？」，所以維持旅社的功能是一種延續，也因為旅舍的建築和一般民宅是完全不同的，而木建築的樣子就更為特殊，但木造房屋在當時的法律上面受到歧視，「木造房子就是危險、骯髒就是不衛生、不環保，然後木造房子就是悶熱、就是幽暗、就是色情，反正你可以講一百個理由！」所以活化玉山旅社的第二件事情就是在社會上給予刺激，「我要繳錢，我要保險！他竟然跟我說木造房子不讓我保火險，公共責任險也不要！」所以當玉山旅社想要保火險、公共責任險被拒絕時，提出了許多反駁與衝撞，替木造房屋取得該有的尊重。也因為玉山旅社曾經有負面的營運方式，所以第三件事情就是使經營更友善，用販賣商品的手法幫助在地小農，不因為檜意生活村帶來了人潮就鬆懈，反而更有理念的經營，很認真地將在地的小農推廣出去，玉山旅社所喝的是公平貿易的咖啡，所販賣的是小農自己生產製作的物品，只有在店內販賣的雞肉捲與牛肉捲是來自其他地方，

余國信也認為非常可惜，因為台灣常常有禽流感，所以不得不相信異國，但在其他東西方面有這樣的趨勢，盡量使用在地的東西，店內到現在也都給文化旅遊的學生去經營，「一直提升它的再利用方案，可以是比較友善、在地化、持續性的事情」在空間的營造上也是，「脈絡的延續」的空間氣氛感受貫穿著「友善、在地化與持續性」。

「保存是第一件事，其實一棟房子要到最後，那個也是很艱辛的」余國信這麼說著。

（五）玉山旅社的空間

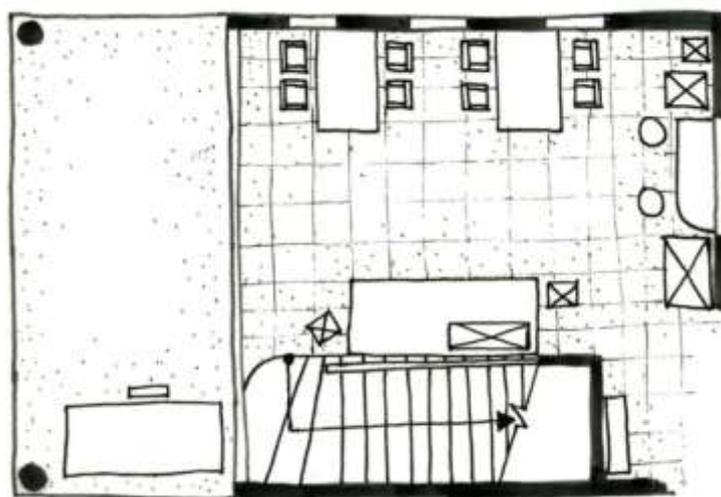


圖 22 玉山旅社一樓平面圖繪製

一樓的部分只開放前面，(圖 23) 貼滿了許多想要傳達的物件，保留了大部分原本的隔間，裡面有著一小部分的商品販售區(圖 24、圖 25)，「小農製作的物品、公平貿易的咖啡、在地手創的東西」等，玲瓏滿目的物件充斥著整個一樓空間，小小的玉山旅社想表達很多事情，不只是為生態盡一份心力，座位區的桌子上也繪有簡易的北門鐵路路線圖，用咖啡豆作為標記點，講述著玉山旅社與北門車站的關係，牆壁上也不定時關於在地的展示品，像是(圖 26)蝴蝶標本(蝴蝶王國之稱的嘉義)、背包旅客所帶來的繪畫等，玉山旅社也有導覽人員，會介紹玉山旅社的歷史、和活化的意義與器具空間的故事。

一樓所開放的部分為原本旅社使用時的大廳，而櫃台則是房間，沒有封起來的天花板看的到天花板梁柱(圖 27)，地板也是原本的石子地板，保存的完好，而樓梯較為特別(圖 28)，是抵石子接木作的樓梯而這個樓梯是從旅社的使用時就留下來的了，所以一樓的實體空間並無太大的變動。



圖 23 一樓櫃檯窗口



圖 24 販賣的商品（一）



圖 25 販賣的商品（二）



圖 26 一樓座位區



圖 27 一樓的天花板梁柱



圖 28 樓梯連接的部分

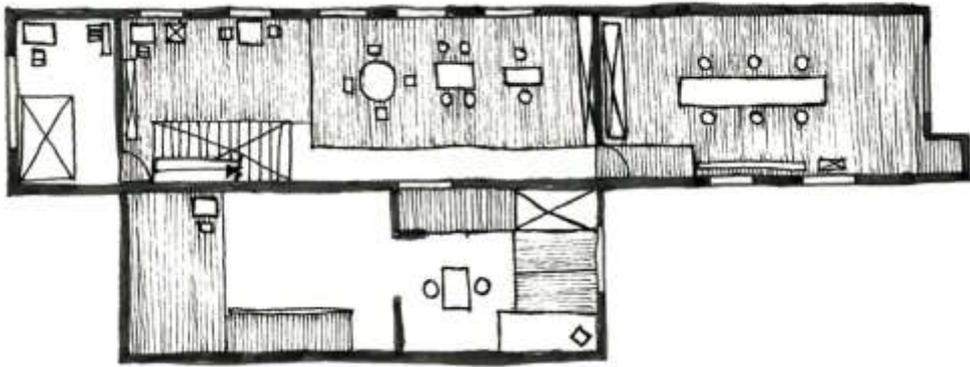


圖 29 玉山旅社二樓平面圖

二樓的空間白天供消費者用餐、參觀使用，晚上則延續以前玉山旅社的旅社使用，僅開放給背包旅客。由於二樓以前因為閒置太久，破洞無人補，漏水太過於嚴重，許多木頭柱子遭白蟻蛀損已無法使用，所以替換成鋼材，(圖 30) 留下兩根木條表示過去房門位置，二樓的空間較不同於一樓，放置許多原本的物件(圖 31)，像是過去使用的桌椅(圖 32) 與當時後退休鐵路員工所使用的燈具等物件(圖 33)，書櫃後方的房間則是一間保留著原本旅社房間使用的樣子，(圖 34) 有書桌、床、(圖 35) 曬衣服的空間等，模擬過去來這裡居住的面貌，也存有被白蟻啃蝕的木塊(圖 36)，窗簾(圖 37) 也依照過去用鐵絲懸掛的使用方式，從(圖 38) 可以看到裸露的竹編夾泥牆與切除後留下的梁柱(圖 39)。

原為三間房間的空間，拆除後做背包客通鋪使用(圖 40)，後面有存放棉被以及衛浴設備，從(圖 41) 可看出原本旅社的走道，一路到底，共有六間房間，前後各三間，天花板也有註記漏水的地方(圖 42)，讓消費者可以知道旅社過去的故事，配電也用過去正負極在不同線路的方式(圖 43) 呈現，與現在的電線完全不同。



圖 30 二樓座位區



圖 31 保留過去的東西



圖 32 舊式的桌椅檯燈



圖 33 退休鐵路員工所使用的燈具



圖 34 原本旅社的書桌



圖 35 原本旅社晾衣的方式



圖 36 白蟻啃蝕的木塊



圖 37 座位區的窗簾



圖 38 裸露的竹編夾泥牆



圖 39 未鋸斷的木頭



圖 40 通鋪房間



圖 41 直通的通道



圖 42 天花板漏水的註記

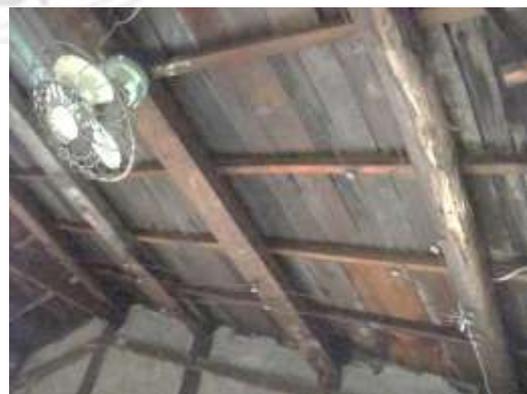


圖 43 舊式的配電方式

當初因為白蟻問題，所以與隔壁棟談妥租二樓空間（圖 44），原本就是連棟式木造建築，在改造方面也容易許多，保留了以前的壁櫥（圖 45），地板鋪設新的榻榻米（圖 46、圖 47），這棟天花板與原本玉山旅社的不同，一個是裸露的梁柱（圖 39），一個是加有天花的天花板（圖 47），都是舊時使用的方式，窗戶也可以看出（圖 48），過去因為加裝窗型冷氣而被剪斷的鐵花窗，科技進步後已將窗型冷氣換掉，換為分離式冷氣。



圖 44 相連的另一棟



圖 45 以前的壁櫥



圖 46 另一棟二樓空間（一）



圖 47 另一棟二樓空間（二）



圖 48 被剪斷的鐵花窗



圖 49 另一棟二樓天花板

(六) 分析

表 7 玉山旅社分析表

	屋齡	60 年（約民 45）	形式	日式木造連棟住宅
	建材、材質	木造、竹編夾泥牆、抵石子	構造	木構造為主
	工匠技藝保存			
文化價值				
	抵石子與木造相接的樓梯。	一樓的抵石子地板。	木構造屋頂與竹編夾泥牆。	
				
	舊式的配電方式。	木構造天花板。	舊式天花板。	
歷史價值	故事性	玉山旅社隨著木材產業興盛了，也衰敗，體現了環境的變遷，當時木材產業也造就許多人的共同回憶，成為觀看北門車站的脈絡之一。		
	使用性	退休鐵路員工合資建造的連棟住宅，作為住宅使用幾年後轉為地區性小旅社，旅社使用方式直至 2006 年歇業，歇業前這其間夾雜其他複合使用方式，2009 年「玉山旅社」再次啟用。		
新空間的價值	空間意象	強調保存歷史性淵源，讓空間更友善、在地化，使空間與活動都能持續性的發展。		
	保存方式	延續過去旅社使用機能，一再強調「延續」的概念，此建築是一個「再利用」的活化案例。		
	空間形容詞	歷史性的、在地化的、延續的、友善的。		

空間表現			
新空間的價值			
	<p>將原本大廳作為櫃台與販售在地物品之用。</p>	<p>販售物品有在地小農產品在地畫家作品等。</p>	<p>原為三間住宿用房間，目前打通成為座位區使用，保留木門框已表示原空間位置。</p>
			
	<p>書櫃上放置經營者分享的書，以及原空間遺留下來的物件，書櫃後方房間作為旅社「當時」房間的使用布置。</p>	<p>「當時」旅社的房間裡有書桌與床鋪，每間有一小窗戶，床鋪被蚊帳罩著。</p>	<p>呈現「當時」旅社房間的晾衣方式，在書桌旁的空間掛鐵絲放曬衣桿。</p>
			
<p>原為三間房間的空間目前打通作為通鋪使用。</p>	<p>保留舊的壁櫥。</p>	<p>目前作為通鋪使用的空間。</p>	

資料來源：本研究整理

二、Come Home 咖啡漫步



圖 50 Come Home 咖啡漫步

(一) Come Home 咖啡漫步概述



圖 51 Come Home 咖啡漫步位置圖

嘉義市興業東路 138 號，有著綠意盎然的庭園(圖 50)，隨時都在呼喊著「回

家吧！」的 Come Home 咖啡漫步，裡面的空間也像是在家裡一般的溫暖，每次換菜單的頻率不固定，只要去旅遊回來靈感就會湧現，就像家裡面一般的隨興。

（二）Come Home 咖啡漫步的過去

Come Home 咖啡漫步原為林竹生國畫藝術家的故居，林竹生，號「惠園主人」，民國 9 年生於廣東，是國畫及詩詞的名家，作畫領域很廣，有山水、花鳥、瓜果、虫魚等，以繪荔枝圖所出名的，所繪的荔枝圖被冠以「荔枝王」之稱，畫風由工筆寫意至潑墨拓墨及抽象，均能發揮盡致，除了繪畫以外對樂器也感興趣，如二胡、古箏、揚琴。2008 年 88 歲的林竹生與女兒伊文和伊紅一同辦畫展（圖 52），兩女從小就受父親影響，樂於沉浸國畫天地（嘉義市政府文化局，2008）。國畫家林竹生定居嘉義 60 多年，所作之畫多出自於在地，也有許多來自於家中庭園的風景，像有幅紫藤畫作，就是出於家中庭園的紫藤，只要一開花，則使人停留欣賞，但竹生國搬離後有一段時間無人照顧，所以當承租者進入時紫藤已缺水枯萎。



圖 52 林竹生與女兒一同舉辦畫展，在「荔枝王」前合影²⁸。

²⁸ 大紀元八八畫展活到老畫到老 2008，3 月 12 日來源：
<http://www.epochtimes.com/b5/8/3/12/n2042726.htm>（2015/11/24）

(三) Come Home 咖啡漫步的淵源

Come Home 咖啡漫步的經營者因為與另一半來自香港的先生想要一起生活、共同去做某件事情，使得有在母親餐廳內幫忙的經營者，與在香港擔任室內設計師的先生兩人決定選擇經營咖啡廳，兩人本身就喜歡老東西，從小東西一直延伸到老房子這樣的概念，但當時並沒有很積極的在尋找老房子，是路過看到 Come Home 咖啡漫步貼出出租小貼紙，決定入內參觀，當看到抵石子的樓梯(圖 65) 時就決定承租下來了，經營者說：「我理想中樓梯就是這樣！」、「每天上下樓梯摸那一條扶手，那個觸感真的很好！」

這棟老屋對經營者來說更有回憶，因為以前就是生長在這樣的房子裡面，「以前我的父母真的會跟我說，這些東西以前是放在哪裡的，是怎樣被使用的，以前有怎樣的回憶。」所以經營者也開始思考，以後要傳給小孩、子孫的究竟是什麼東西，不可能是現在這麼容易就被拋棄、替換的物件，「以後我也會跟我的小孩說，以前這個櫃子我是用來裝什麼，是擺在以前爸爸、媽媽年輕的時候開的咖啡廳的角落，或許還有照片可以記錄下來。」回憶是無法被取代的，所以當遇到了這間老房子，經營者懷著「雖然現在這間店不是自己的，但是至少我們是現階段的使用者，我們是真的有使命把它，把這整個故事拱手捧到，轉接給下一個使用者，我們也會希望下一個使用者，很有故事性的再轉交給下一個使用者，很希望這間房子不要被拆掉。」的想法的。

(四) 現在的 Come Home 咖啡漫步

在一片綠油油圍牆內的 Come Home 咖啡漫步，經營者承租時，其實還不曉得是林竹生國畫家的故居，但當得知這個訊息「就有種使命感，要認真的、不能隨便的改變這裡」還是希望可以把空間好好保存，把國畫家的一點點氣息留在這裡，「善良的人當然會把它用得很好，可是如果剛好老房子遇到一個破壞者那就很可憐了，如果剛好他是不懂得去維護老房子的人去使用那間老房子，那我覺得那間老房子可能原本壽命還有三十年遇到不好的進駐者的話，可能就會縮短到十年，所以我覺得房屋使用者的心態很重要！」經營者這麼說，所以當國畫家撤走時所遺留下來的物件，經營者都有妥善的再利用，「除非就是爛到沒辦法再利用我們才會放棄！」、「像那邊那個櫃子，我們只是把皮去掉，也沒有再去上漆，因為那些東西很特別，好像是訂做的，可能是為了要兼顧他以前畫作的習慣吧！」、「一、二樓每一個角落其實都會有一些他以前的東西存在。」，也因為這樣，當林竹生國畫家的學生回到到這個地方時，是感動的，很開心的說著自己曾經在這個地方做了什麼、在那個地方做了什麼，就像是來「回憶之旅，」一般。

經營者為了要一起生活而承租，所以生活的地方就是家，空間與餐點都有著「家」的氛圍，一開始的 Come Home 咖啡漫步是比較色彩的，用色都比較大膽

一點，因為是先生的「心目中家的樣子」，然後慢慢的改變，色調與物品的擺飾漸漸的轉變成經營者「心目中家的樣子」，因為經營者受到家裡是裝潢工作的影響，會選擇比較溫潤的材質去呈現，如果有什麼想法就會告訴先生，先生會畫出設計圖，然後再請家裡幫忙製作，選書對經營者來說，就是自己安靜時會看的書，比較生活化的，「我想要安靜的時候我就會看那些書，我絕對不會去看八卦雜誌，絕對不會去看報紙，這樣子沒辦法好好安靜。」也因為溫潤的質感，所以燈光以黃光為主，想要營造出家裡那種溫暖的感覺，就像店名 **Come Home** 一樣，是個很安靜、沉穩，可以讓人沉澱的空間氛圍，也會有常客有無理的要求，要經營者製作燴飯、炒飯等菜單上沒有的料理，但經營者說：「其實我想要呈現的就是這樣的感覺，不只菜單上面的東西，只要我有食材，你們就當回家，但是絕對不能說不好吃，因為那是你們要求的，我覺得就是這樣，不要有那麼多的規則。」。

而經營者對於老屋的愛護從餐點上也可以了解，經營者認為有些餐點所散發出來的氣味對老屋是種傷害，像是火鍋的煙，會影響到天花板的木材氣味，因為這是棟民國五十一年房子，地板埋的銅線、磨的石子、漂亮的樓梯、樓上的檜木天花板，為了想要好好保存這些，餐點堅持只賣輕食類，而且每一次推出的餐點只有兩種。經營者也認為「嘉義真的是一個要花時間細細品味的地方，不是說你來停留一兩天就可以的，你來停留一兩天絕對不會愛上它，可是你停留一段時間，像我先生他已經來三年了，已經覺得自己徹底是嘉義人。真的你細細品味就會覺得嘉義真的是一個很棒的地方，因為嘉義也小小的，市區很集中，生活機能也都還不錯，就是因為沒有被過度開發，很多東西都有被保留下來，我自己也會很期許說這種保留可以被延長一點。」

Come Home 咖啡漫步也有不定期的販售小商品、咖啡、龍眼蜜、龍眼乾等等，這些都是經營者主動去詢問山上家鄰居是否要拿到店裡販賣，因為山上的小農認為市區的消費者不會接受這樣的東西，覺得很不好意思、很含蓄，經營者說：「可是他們不只該被放在山上，他們值得被推廣出來，因為是純蜜，很純的蜂蜜，放著一定會有欣賞，一定會有伯樂的！」經營者對於自己也是這樣的想法，認為只要堅持就是自己的，一定會有人看見自己的堅持，**Come Home** 咖啡漫步堅持住了，也像家一樣繫著自己與其他人，不管是經營者與客人或是客人跟客人，甚至是員工與客人之間，感情都越來越家緊密，更上一層的關係，所以 **Come Home** 咖啡漫步成了承載許多人記憶的「家」的咖啡廳，開咖啡廳也是因為人與人的微妙互動，「環境會啟發你，讓你有夢想」不僅是啟發客人，也啟發著來這裡上班的員工。。

(五) Come Home 咖啡漫步的空間

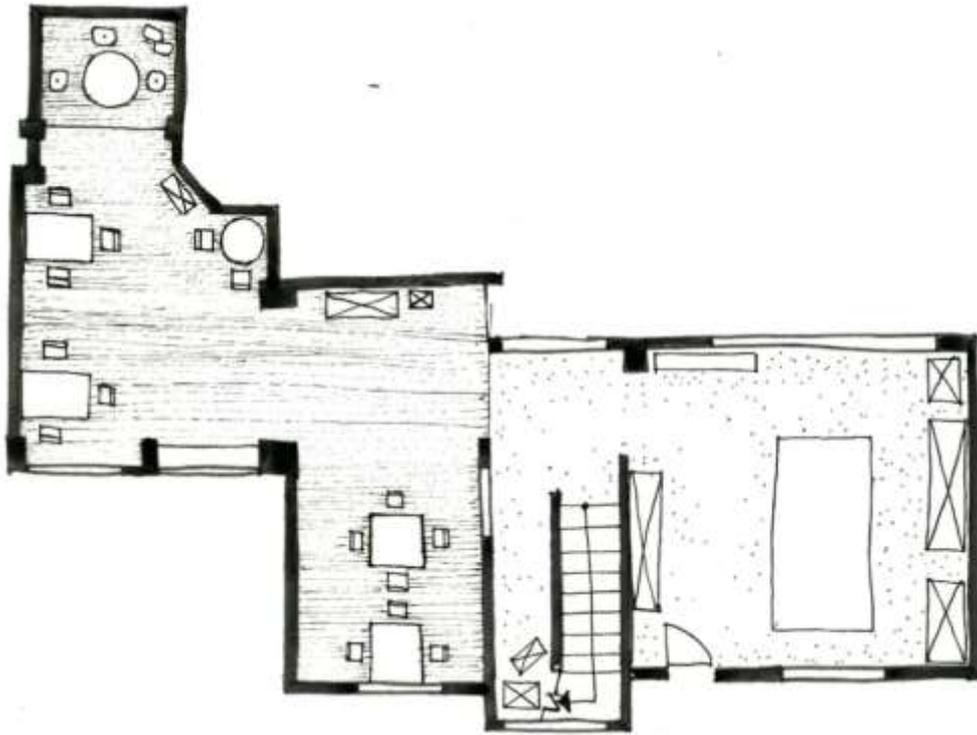


圖 53 Come Home 咖啡漫步一樓平面圖

一樓櫃台區前，目前是販賣老闆去旅遊時買回來的商品與家裡附近小農的產品（圖 54），以前是六人的座位區，空間的機能經常變換，而櫃檯（圖 55）因老闆不喜歡被窺視，所以比一般的櫃檯高出許多，改造後的空間被通道串起來，通道（圖 56）穿透三個空間，從（圖 57）裡可以看出，改造前的空間其實門與門之間是錯開的，在風水學上三個門直通到底較不好，容易有漏財現象。牆面有重新上過漆與貼磚造型（圖 58），粗糙的表面在黃光的照射下呈現一種溫潤的氣氛，而地板是舊式的抵石子樣式與部分重新貼過的木紋材料，時間累積出來的穩重，有保留原本的窗戶樣式也有改造過的（圖 59），成為窗邊別有一番風味的小座位（圖 60），而另一個內凹的小空間則營造成更讓人安靜與平靜的氛圍（圖 61），像是與其他座位隔絕一般，由舊抽屜拼成的牆面裝飾書櫃（圖 62）就是老闆說的，以前住在這裡的人所留下來的物件。改建後拆下來的鐵拉門（圖 63）也裝飾在牆上，而書櫃上與桌上的書都是可以自由翻閱的，大部分為旅遊、節氣食物等內容，很適合出現在這樣的空間裡。



圖 54 店內販售的商品



圖 55 櫃台



圖 56 通道



圖 57 原本的門與改造過後的門



圖 58 牆壁的材質



圖 59 保留下來的鐵花窗



圖 60 窗台的座位



圖 61 平靜的氛圍



圖 62 抽屜書櫃



圖 63 鐵拉門裝飾

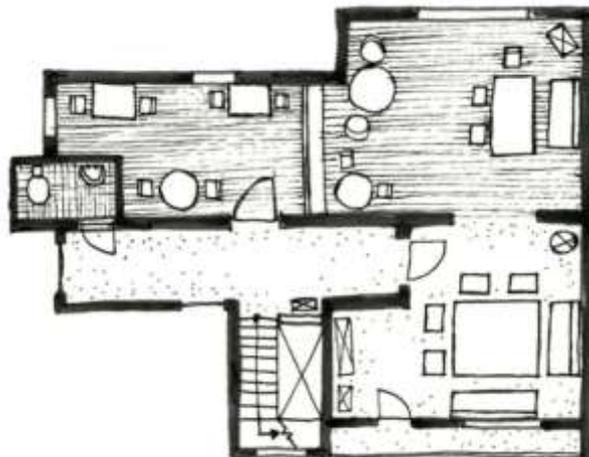


圖 64 Come Home 咖啡漫步二樓平面圖

走上二樓，樓梯（圖 65）就是老闆當初決定租下房子的原因，抵石子的扶手與踏階，一體成形的厚實感，本來的石材應該會是冰冷的感受，但受歲月與人

為的琢磨，轉為讓人安心的感受，光憑觸覺就能感受到它的價值，樓梯間的吊燈（圖 66）與房屋呈現新舊的重疊，二樓原為五間房間（圖 67），三間打通成為消費者可以使用的空間，而剩下的空間則是老闆夫妻倆的起居空間，也因為在這裡生活，所以空間給人安靜的氣氛（圖 69），房間與房間中的牆壁都打通，而留下的門則表達著原本的空間格局（圖 70）。承租後在整修因漏水而無法使用的天花板時，才發現屋頂是檜木結構（圖 72），這美麗的結構老闆將它分享給大家，所以在餐點方面才會特別講究，以免餐點氣味破壞原木的色澤與香氣，（圖 73）是老闆設計的八塊肌桌子，因為家裡職業的關係，對於木料的熟悉與愛護，在整個咖啡廳空間裡都充滿著木材所有的溫潤與觸感。也因為生活在這裡，所以將老屋轉交給下一個經營者或是自己的子孫時，也會有著：「曾經我在這裡，做了…事情！」的故事分享。



圖 65 振石子樓梯



圖 66 樓梯間的吊燈



圖 67 通道



圖 68 二樓座位區（一）



圖 69 二樓座位區（二）



圖 70 二樓座位區（三）



圖 71 二樓座位區（四）



圖 72 屋頂



圖 73 二樓座位區（五）

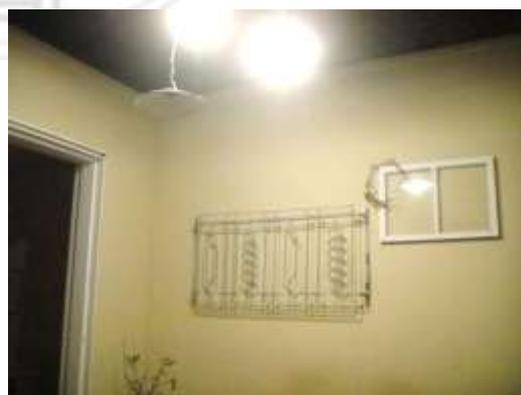


圖 74 鐵花窗裝飾

(六) 分析

表 8 Come Home 咖啡漫步分析表

文化價值	屋齡	50 年 (約民 55)	形式	日式洋房	
	建材、材質	木造、抵石子	構造	RC 結構	
	工匠技藝保存				
					
	石子地板。	抵石子樓梯。	傳統空間配置方式。		
					
	檜木構造屋頂。	舊式鐵花窗。	踢腳板高度。		
	歷史價值	故事性	在日治時期除了有日式風格建築外，也出現了洋式風格的住宅，通常象徵著家庭富裕或社會地位較高的家族。		
	使用性	原為畫家林竹生故居，為水墨畫畫家，畫作常以家中空間為場景。			
新空間的價值	空間意象	就如店名 Come Home 一般，想讓人有回到家的感受，也因為自己就在這裡生活，將未來生活的樣貌投射在商業空間內。			
保存方式	經營者在這裡生活，也將商業空間營造為「回家」的空間氛圍，與原本畫家的使用方式相同，故此建築為「再利用」的保存方式。				
空間形容詞	回家的、安靜的、沉澱的、沉穩的。				

空間表現			
新 空 間 價 值			
	經營者將旅遊融為生活裡的一部分，販售的物件多為旅遊時購買的物件或推經營者推薦的書籍。	使用畫家留下的抽屜拼貼成牆面裝飾書櫃，盡力保留前使用者的氛圍，書的類型多為健康飲食與慢活旅遊類。	經營者心目中「家」的樓梯樣式，一體成形的抵石子樓梯，因歲月而變的溫潤的扶手。
			
	原為房間，經營者規劃為座位區，牆面重新粉刷，選用較讓人能夠安靜、沉澱的色彩。	沙發座位使用了經營者製作的木桌，與布面沙發椅，地板貼著深色的木紋。	角落座位使用了木椅、木桌與黃光小檯燈，企圖營造出經營者心目中「家」的氛圍。

資料來源：本研究整理

三、國王・蝴蝶・秘密基地



圖 75 國王・蝴蝶・秘密基地

(一) 國王・蝴蝶・秘密基地概述



圖 76 國王・蝴蝶・秘密基地位置圖

嘉義市建成街 22 巷 27 號，躲在巷子內的國王・蝴蝶・秘密基地，在遠東百貨公司後面，是個很好到達但卻不好找到的秘密基地，且店內只販售用時間慢慢練習沖泡而成的手沖黑咖啡。

（二）國王・蝴蝶・秘密基地的過去

經營者決定承租這裡最主要的原因為它有個地下室，在這排連棟透天住宅裡，只有某幾間擁有地下室，而這地下室其實就是時代下的產物「防空洞」，防空洞可以追溯到二次世界大戰，當時台灣還是日本統治的時期，台灣成為支援日本南方的重要作戰基地，首當其衝的成為空襲目標，因此為了在空襲來時有個堅固且低於地面的建築掩護，就生成了「防空洞」，用來防備空襲及保護平民的物體，地下車站、隧道、鐵路拱門等，亦作為防空洞使用，也有屬於家庭式的防空洞，有的是在自家門前挖洞，有些則是地下室這種可以容納約二十人的簡易型防空洞，當時台灣總督府也有發布「簡易防空壕建築規則」，供人民如何建築防空洞與教導如何躲避空襲（檔案樂活情報），現今許多公共大型的防空洞都以妨礙市容及交通為由拆除，而這裡的防空洞則是因為附近都是住宅林立，新蓋的建築群則有部分需備有防護設備，不只提供住戶使用，也要提供給附近居民使用，直至今日雖我們已不需要防空洞，但派出所每年依然會來這裡檢查、巡視，不過大部分已無規定使用方式，否則依規定防空洞應須保持乾淨且開放的狀態。

原本的騎樓空間也將通道搭建起來成為室內，後院也二次施工的成為室內空間的一部份，因為左鄰右舍亦如此，並不會有哪裡特別突兀，這樣的連棟透天住宅也是建築時期的一個代表，狹長的身形、自然通風與採光都不是太好，透漏著當時的生活方式與經濟狀況。

（三）與國王・蝴蝶・秘密基地的淵源

「嘉義少了一個讓人家可以在裡面思考的空間。」在台北一段時間的經營者老吳回到嘉義這麼認為，「台北有很多文青咖啡店，你就會看到一些獨立刊物，在裡面接受刺激、然後產生想法。」，老屋並不是經營者選擇的原因，而是因為有個地下室，經營者可以將自己躲藏在內，去觀察、去思考，也因為就在百貨公司的背後，經營者也想實驗與挑戰看看是否能让消費者鑽進巷子內，尋找秘密基地，商品只是個媒介，是要在城市裡實驗與刺激。承租下來後也將家人接來這裡，就住在咖啡廳樓上，就算在咖啡廳內忙到很晚也方便。

（四）現在的國王・蝴蝶・秘密基地

國王・蝴蝶・秘密基地對經營者有很大的改變，開店時經營者是不會煮咖啡的，為了要支持運作，所以開始學著手沖咖啡，手沖咖啡可以說是一種專業技能，在當時的嘉義，國王・蝴蝶・秘密基地可以說是第一家，而且只賣手沖黑咖啡，一直練習到現在五、六年有了成果，手沖黑咖啡成為現在主流，大家開始回歸於原味，「反而一杯只有水的單品，比一杯還要拉花加牛奶的咖啡要具有價值。」

從連棟透天住宅裡思考，「早期在沒那麼文明、科技普及的時候，祖先對房屋的處理方式，是就地採光、通風、防潮，甚至稍微架高，防老鼠、蛇之類的，也因為沒有科技的干擾，所以設計的房子是很宜居的，是可以跟環境互動的，甚至選擇可以與四季互動的樹，在夏天的時候，茂盛的枝葉阻擋會使屋內升溫的陽光，冬天時葉子掉落，光就可以直接照進屋內，人跟環境與房子的關係，要怎麼蓋，怎麼設計才會跟這裡的環境產生互動的這個概念。」

現在老屋風興起，許多追隨著這種風格的經營者逐漸文化氛圍導向經濟消費，越來越多複製同樣 DNA 的老屋商店出現，老屋看起來都一樣、賣的東西都雷同，老屋從原本的純粹文化導向，一直到現在活化成利益導向，經營者開始思考，這兩項對老屋來說都是沒有未來的，壓榨老屋的最後價值總有天會被消費完，所以試想著老屋該如何轉化，「老屋它之所以在裡面會讓你覺得 **feel good** 那個元素是什麼，你必須把它抽出來。」歲月感的那種深度、厚度，「你不必非得用藝術的角度去論述說它美不美，而是說它就是可以讓你感到安心，然後你懂不懂那些東西都無所謂，在那裡你就可以感到安心，自然的元素，你必須把那些元素抽出來。」或者是老屋的色調，配合著木造、暖色系、不那麼硬的材質，使用愛迪生燈泡，映照出來的木造、泥土是很自然的紋理，當碰上這種光線，會讓你感受到放鬆、緩和的在裡面閱讀、思考，「就那一次的消費經驗來說，有某種無形的，無法用貨幣去論述的氣氛加值效果。」當把那些元素抽出來，並重新排列組組合，成為一個繼往開來的新元素，一定不會是「把鐵花窗從二手市集裡買下來，然後放到店內掛起來，上面再掛滿手創的東西。」，鐵花窗這個符號應該要轉變，就像是經營者在台南街頭遊走停紅燈時看到的場景，「一棟新的鋼筋混凝土建築的外牆上，有著兩條線，這兩條線索代表的意義有可能是，本來這棟建築物的隔壁，有著這種形式的房屋，後來拆掉了，又或者是本來這棟新的建築物的基地上，有著這種形式的住宅，當兩條線放在對的位置、對的高度，我們就會明白它想要訴說的是什麼，但是整棟房子沒有在講懷舊、沒有在講老屋，你就明白了以前這裡是有棟閩南式建築的。」經營者非常感動台南正有人檢討著「老屋」這個問題，也正在將這些元素轉化，刺激著城市，使懂的人得到新的靈感，經營者提到如果今天是針對老屋風來開咖啡廳的話，「那我要做的其實不會是一個『老空間』，我一定會花很長一段時間分析老屋元素跟老屋空間，再來會跟當代、現在的設計師、不同領域的人來看這些可以轉化成什麼，所以你會在一個當代、現代的空間裡面，得到很多新的刺激，但是你可以看到很多老的元素就在那裡，但是整家店裡面你不會看到所謂的「歲月」、「懷舊」，就是嘉義的當代，包括嘉義的當代，繼承早期嘉義的一些精神跟美感，是嘉義必須從當代找到現在的嘉義應該是什麼！」

整個國王•蝴蝶•秘密基地就是個實驗場，進行著思想改造，所以在 2015 年末發行了「**Something**」這份獨立刊物，「**Something** 是切入當代的一個觀點，裡面不是心得、不是小抱怨、不是酸民言論，是一個從當代既有物件切入，探討

一點點它過去是什麼，然後討論未來應該會是什麼樣子。」的一份獨立報紙，對於「當代」這個詞的深思熟慮，「當我們看見一根柱子的時候，大部分的人開始尋找柱子的過去，但是極少有人談論著柱子與現代的關係，更少有人思考柱子在未來的樣子。」攝影這件事情對經營者的改變也非常大，我們現在手機滑著的圖像大於文字，圖像是一種語言，而在未來如果讀不懂圖像就是文盲，所以 **Something** 的藝文版一定會有一張很大的照片，「你看著這麼恐怖的電線，就會知道這張照片想要表達的是什麼，不用和他解釋就看得懂。」

國王・蝴蝶・秘密基地存在的意義就是刺激這個城市，一開始是「思考的空間」再來是「手沖黑咖啡」、「**Something**」陸陸續續提出各種刺激，經營者用自己的方式慢慢的將想法傳達給入內的消費者，提出對當代的批判跟看法，經營者認為整個大環境好，小店市民才會跟著好。由於國王・蝴蝶・秘密基地的實驗成功了，所以將在 2016 年 9 月租約到期時歇業，經營者老吳將會尋找下一個實驗，並繼續論述著自己的文化。



(五) 國王・蝴蝶・秘密基地的空間

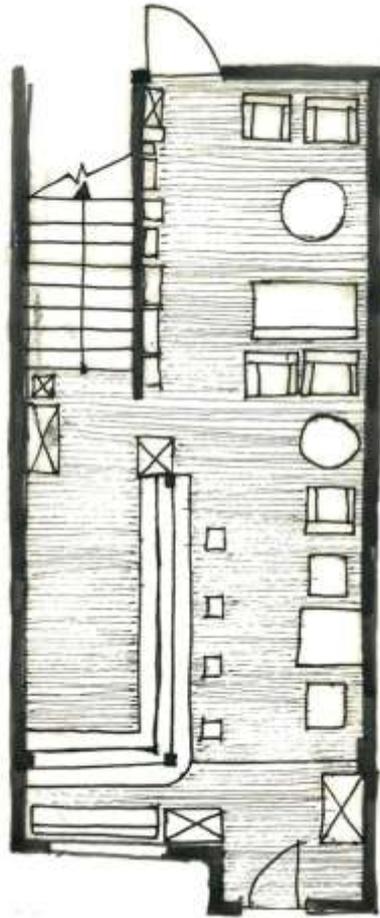


圖 77 國王・蝴蝶・秘密基地平面圖

想要挑戰自己的經營者找到了這間在百貨公司後方的連棟透天厝，承租時就已有違建與加蓋，所以空間並沒有太大的變動，(圖 78)正是從入口處看進去的样子，從(圖 79)就可以知道，其實座位不多，當初經營者並沒有想要讓咖啡廳有老屋的風格，也並不是為了「老舊」而承租老房子的，經營者說：「這裡面就是老闆的文化。」(圖 81)可以看見牆上有貼滿許多經營者的個人的明信片，吧台上則是有放置許多書籍，(圖 82)與(圖 83)可以了解，經營者想將許多想法傳達給消費者，經營者說：「所有書架上的書都不是買來給你看的，那是買來給我看的，是我跟你分享，所以上面會有很多我的畫線、筆記跟貼重點的標籤，在告訴你，老闆在看這本書，也許我們可以一起討論。」所以書籍堆放在吧檯上，經營者與消費者能非常方便的交流，(圖 84) Something 刊物則是咖啡廳經營者與友人陳世岸一同製作的獨立刊物，這是老闆的初衷，「希望進來的消費者都能接收到刺激，然後進行改變。」牆面是經營者自己動手塗料裝修的，目前會有不定期的文藝展覽，而(圖 86)愛迪生燈泡則是經營者認為最能夠將老屋的氣息襯托出來的燈光效果，「很自然的紋理，在這種情況下搭配那樣的燈光，加上傢俱挑的是一些回收回來的東西，它形成某一種場域，一個氛圍、場域，在那個場

域你會感到比較放鬆，你比較緩和，所以在那種情況下你在裡面閱讀，或喝一杯咖啡，或用餐，對那一次的消費經驗來講，它有某一種無形的，沒有辦法用貨幣去論述的氛圍加值效果。」經營者也一直在思考，如何的空間氛圍是能夠讓人進行思考的，這裡的空間就是經營者所實驗出來，不管是燈光、色彩、材質，都是讓人可以緩和、放鬆的。



圖 78 座位區（一）



圖 79 座位區（二）



圖 80 入口



圖 81 座位區（三）



圖 82 老闆分享的書 (一)



圖 83 老闆分享的書 (二)



圖 84 Something 刊物



圖 85 牆面



圖 86 愛迪生燈泡



圖 87 地下室入口

(六) 分析

表 9 國王・蝴蝶・秘密基地分析表

	屋齡	40 年 (約民 55)	形式	連棟騎樓透天厝
	建材、材質	鋼筋混凝土	構造	RC 結構
文化價值	工匠技藝保存			
			<p>國王・蝴蝶・秘密基地一樓為咖啡廳，一樓空間多為重新裝潢使用營業至今已 7-8 年。樓上為經營者住家，故樓上空間所保留的文化價值無從得知，外觀則與隔壁對照並無太大改變，為普遍可見的連棟透天住宅，騎樓加蓋成內部空間。新蓋不同顏色的透天房屋也可以清楚看到配合原有的窗戶水平線與凹凸面，尊重原有的立面景觀。</p>	
歷史價值	故事性	連棟透天住宅與地下室是時代下的產物，訴說著當時的「社會」與「經濟」狀況，違建、加蓋等成為民間的一種常態。		
	使用性	無。		
新空間的價值	空間意象	城市裡需要一個給予刺激與思考的空間，裡面有很多獨立刊物、獨立訊息、理念，要傳達許多的想法給社會大眾、一點一點地將社會往前推進的空間。		
	保存方式	經營者將空間營造為一個「城市實驗場」的場域，故此建築為「再使用」的保存方式。		
	空間形容詞	可以思考、緩和的、安心的、放鬆的。		

空間表現			
新空間價值			
	經營者將書放置吧台上，希望能近距離的與消費者分享、討論。	牆上有許多訊息在傳遞，企圖激發起消費者思考的靈感。	傢俱選擇多為暗紅色與木頭材質，讓人不僅有緩和的感受，也企圖給予刺激。
			
	Something 刊物是經營者與同好一起製作，講述目前社會觀點。	經營者將牆壁重新粉刷，在愛迪生燈泡的照射下，粗糙不平滑的牆面，讓人覺得有歲月的氣氛。	地下室的人口。通往地下室的牆面漆上暗紅色，目前空間為經營者的個人工作室。

資料來源：本研究整理

四、美甜



圖 88 美甜

(一) 美甜的概述

美甜，位於嘉義市中山路 168 號，一棟百年老屋裡面的法式點心坊，延續國外餐飲的概念「使用新鮮的食材製作」，在甜點製作上使用了大量台灣當地食材，講求層次感、口感，有時候會到四、五個層次，經營者認為：「如果鳳梨酥能夠幫助道種鳳梨的農民，那我們也希望這樣，可以幫助到當地、回饋當地！」、「在地的文化就是把你平常會吃的、會喝的分享給其他人。」用口耳相傳的方式行銷嘉義，要生存下去才能夠永續、持續的走下去，這一區漸漸被帶動起來了，拭目以待。

(二) 美甜的過去

「隔壁的老阿公已經八十幾歲了，所以大於八十幾歲是肯定的！」經營者這樣形容屋齡，而房東說這棟木造建築已有一百多年的歷史了，從昭和時期直至今日，在民國三十多年時發生大地震倒過一次。最初是日本建築師配給的公舍，日本戰敗離開台灣後，將這棟房子給一位吳姓人家，後來因國家徵收國有財產局公

開招標，屋主也沒注意，所以現在的房東就拿下了這棟房子，以前賣過滷肉和其他小生意，前任承租者使用內容是服飾店，而房東也一直想把這棟百年木造建築拆除，蓋一棟更有效率的大樓，因此這棟百年建築一直沒有受到很妥善的照顧。

（三）與芙甜的淵源

是由甜點師傅集結大家而成立的咖啡廳，高中一畢業就去國外當學徒的甜點師傅找上負責行銷的經營者，當同學們一大學畢業，這位甜點師傅已經出師在新加坡餐廳擔任甜點師傅一職，而此時負責行銷的經營者正在台北擔任烘焙坊的行銷工作，所以當朋友從新加坡回來時，才會找上他，兩人討論後決定在嘉義找點開業，後來聽到芙甜這裡要出租的消息，兩人也蠻喜歡這棟建築物的，就決定再找同學來聊聊，寫份企劃書討論看看，芙甜的成立初衷是這位甜點師傅，讓七個高中朋友聚在一起開業，後來七個人裡面有兩位出去開了另外一間叫「手在披薩」的手作薄皮披薩店。

「當你發現一個很美好的東西，為什麼不幫它保留下來？如果破壞無法獲得新生，延續也是一種新生的辦法，加入不同的元素，重新展現。」因為發生過的事是會被記錄下來成為歷史的，例如越南、柬埔寨，被法國殖民過的地方，法國的色彩就會遺留在舊城區，對比起來非常鮮明，它就是一個歷史，所以當看見芙甜這棟建築，才會興起想保護的心，「城市就是大家一起加加減減，非常有趣！」。

（四）現在的美甜

剛承租下來時，老房屋沒有得到妥善的照顧，屋況非常糟糕，未修補的洞造成內部潮濕、漏水、白蟻等問題，內部空間許多木構造被上了無法透氣的漆等等，「老屋的價值不是本身就有的，或不是每個人都可以明白，而是經營者加入了新的想法或擺設才讓它更有價值。」外表雖是很日式風格，但由於公共安全考量架上鐵件加強結構韌性，外牆則用溫暖的黃色呈現，想法來自出國遊玩看見的色彩，但內部空間的色彩並非經營者所期望的原木顏色而是上漆後的色彩，木工師傅表示油漆需耗費半年才能刨完，如果這是一種紀錄的話也好，就將它延續了下來，本來也是三間房間，也打通了，創造沒有隔閡的空間感受，店內的裝潢也與法式甜點的層次感相呼應，溫暖的色彩，加上鐵件，有細膩與粗曠的混搭在裡面，入內的現代石材，與樓上木材的對比，形成一些衝突，由三間房間打通的內部空間也相當有趣，有左、右兩邊的樓梯通往無法相通的樓上。

「其實回來嘉義不是不好，只是比較感嘆的是城市的腳步很慢，但是這也是這個城市的優點，想要讓它快也快不起來，那只好就讓它繼續慢下去，嘉義很小，就是小的很可愛。」嘉義是個很適合騎單車慢慢繞的城市，也有很多人回來創業、

開店，中正路以前是大通（圖 89）•，這一區其實很多舊房子在，如果能將大部分的舊色彩保留會很美麗，「我現在還無法想到它會拆掉還是怎樣，因為畢竟丟太多心思進去了。」，經營者也希望芙甜的甜點未來能夠成為嘉義的伴手禮之一，成為嘉義的驕傲，為嘉義帶動觀光。



圖 89 芙甜位置圖

（五）芙甜的空間

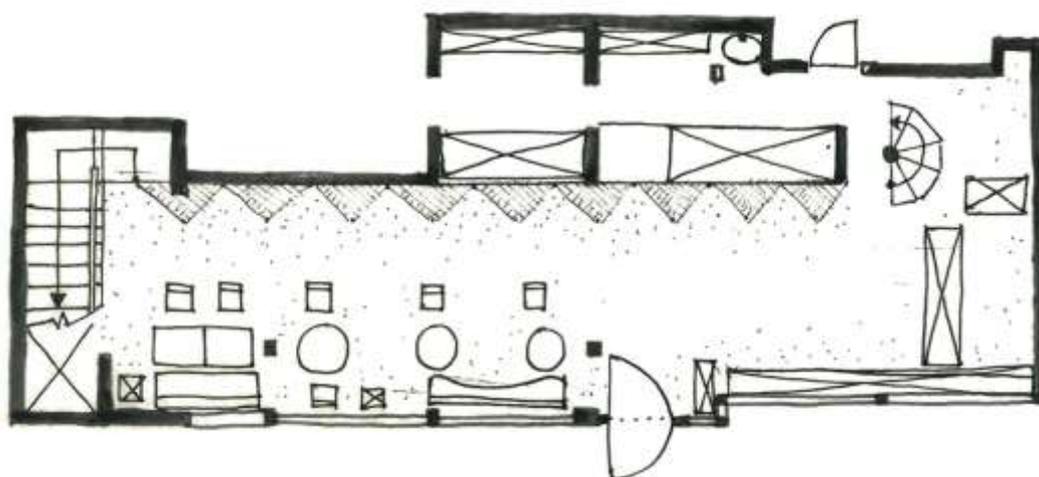


圖 90 芙甜一樓平面圖

芙甜是由三棟木造房屋所打通的空間，從小樑柱（圖 91）可以察覺原本房屋的隔間，一樓呈現的是沒有隔閡的空間，傢俱與擺飾品都是選擇酒紅色或暗紫色等奢華的色系。承租時老屋的地板已不堪使用，所以鋪上新的水泥與貼磚，在櫃檯區上方可以看見原本老屋的結構與接樺的方式（圖 92），木頭上的漆是前任

經營者所留下，從外頭溫暖的黃色一直延伸到裡面的木頭與地磚，經營者說是有次出國看見的顏色，覺得非常溫暖與喜愛所以應用在這裡。樓中樓的關係，所以在二樓設有吊燈（圖 93）散發奢華的氛圍，不同的層次堆疊就像是店內所販售的法式甜點一樣，有著四層到五層的空間氛圍，老舊的、奢華的、鄉村的、溫暖的等，展示空間（圖 94）所擺放的是可宅配的奶凍捲，行銷嘉義市經營者們最初的理念，成為嘉義的伴手禮，讓更多人接觸到嘉義與芙甜。



圖 91 一樓座位空間



圖 92 老屋結構



圖 93 吊燈



圖 94 展示空間

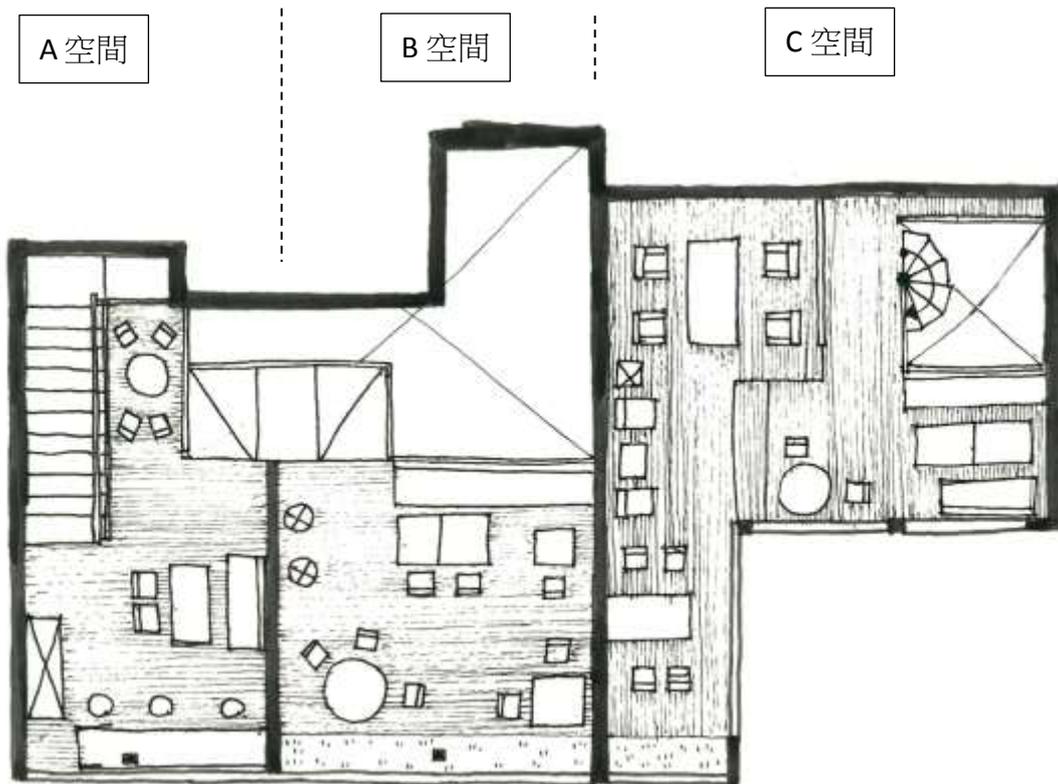


圖 95 芙甜二樓平面圖

二樓的空間十分有趣，可以明顯觀察出三個空間，兩側空間不互通，分別由兩座樓梯上去，A 空間可以與 B 空間互通，C 空間則是獨立的，從 A 樓梯上來，牆面上有不定期更換的展示（圖 96），靠窗位置是前任經營者的商品櫥窗（圖 97）。老屋架構（圖 98）相當清楚、明顯，地板也重新貼上木紋材料，連結 A 空間與 B 空間的三階鐵梯使空間在奢華中也參雜著工業粗曠的風格。



圖 96 A 樓梯



圖 97 二樓 A 區座位（一）



圖 98 老屋架構



圖 99 獨立洗手台



圖 100 二樓 A 區座位空間 (二)

從 A 空間上、下三階 (圖 101) 後到達 B 空間就可以看見樓下的櫃台 (圖 102), 也是吊燈懸掛的地方, 三個空間下方的互通是為了使空間不致封閉或讓人有隔閡的感受, 經營者將下方的隔板拆除 (圖 103、圖 104), 因此從 B 空間可以看見內部剩餘空間的活動。



圖 101 通往 B 空間



圖 102 觀看樓下



圖 103 二樓 B 區座位空間 (一)



圖 104 二樓 B 區座位空間 (二)

從旋轉梯(圖 105)上去的 C 空間,迎面而來的是與旋轉梯呼應的造型燈(圖 106), C 空間較 A 與 B 不同,本身房子也較其他兩棟要退後些,因此櫥窗與兩邊也不相同, C 空間有更多的高低差(圖 108、圖 111)。經營者提到因光復前後而造成 A 屋頂木頭樣式為方形、C 屋頂木頭樣式為圓形之差異,從(圖 112、圖 113)中可以觀察到原房屋的屋頂角度與新接上的雨林板,可以看出前任經營者在使用時已經將三棟房屋連接,溫暖的黃色也延續到每個空間。



圖 105 C 空間旋轉梯



圖 106 造型燈



圖 107 二樓 C 區座位窗景



圖 108 C 區高低起伏的空間



圖 109 二樓 C 區座位區 (一)



圖 110 原本的窗



圖 111 二樓 C 區座位區 (二)



圖 112 二樓 C 區座位區 (三)



圖 113 二樓 C 區座位區 (四)



圖 114 二樓 C 區座位區 (五)

(六) 分析

表 10 芙甜分析表

文化價值	屋齡	80-100 年	形式	日式木造房屋
	建材、材質	木造	構造	木構造
	工匠技藝保存			
				
	木構造的交接處。	木桁架結構系統。	木桁架結構系統。	
歷史價值	故事性	原為日籍建築師配給的公舍，在日治時期「大通」繁華的街道上，一直到現今車水馬龍，一百多年的木造房屋對比其他新式建築，成為觀看脈絡的依據。		
	使用性	日治時期配給給建築師的公舍，戰敗後返回日本遺留下來的三棟日式木造兩層樓住宅，被政府徵收法拍後為目前房東所有。打通三棟房屋隔間，空間成為一體使用，目前的經營者延續上一個經營者所改變的空間。		
新空間價值	空間意象	以法式甜點多層次風格為出發點。		
	保存方式	以法式甜點為主要目的，有著奢華、多層次的空間感受，較無與原本建築的使用方式或脈絡有關，故此建築為「再使用」的保存方式。		
	空間形容詞	溫暖的、沒有隔閡的、粗曠的、奢華的、鄉村的。		
	空間表現			
				
	打通隔間形成沒有隔閡的空間，傢俱的選擇為紫色絨布座椅與紅色絨布沙發，營造出奢華的感受。	二樓座位多為皮革座椅，空間無太多裝飾，除了上一個經營者牆壁的塗料與地板翻修外，可以看見許多原有建築的風格在內。	從二樓垂吊下來的吊燈，經營者選用黃色燈光，奢華、溫暖、鄉村的色彩與氣氛。	

新空間價值			
	兩棟因樓層高度不同，所以打通後成為有趣的空間。	可以看見另一棟原本屋頂的角度與結構，木桁架系統漆成黃色，填上去的木板漆成黃色。	上一位經營者的櫥窗，目前的經營者規劃為可眺望街景的景觀窗戶。
			
	連結樓上空間的鐵梯，形成粗曠的風格。	通往樓上的旋轉梯。	每一空間都有能夠觀賞風景的櫥窗。

資料來源：本研究整理

第二節、問卷說明

本問卷的重點在於，以老屋咖啡廳的消費者為研究對象，探討不同的消費者在老屋咖啡廳內的空間感受，透過消費者對老屋咖啡廳「空間氣氛」的同意情形來探討消費者與經營者之間的關係。

一、問卷架構

與經營者訪談的過程中了解經營者活化的老屋咖啡廳想帶給消費者的感受為何，選定訪談中經營者對老屋咖啡廳的空間形容詞設計問卷後與經營者確認空間形容詞是否正確，再請非空間專業者填寫問卷，如有無法理解的空間形容詞再與經營者討論確認後，發放給一般消費者填寫。

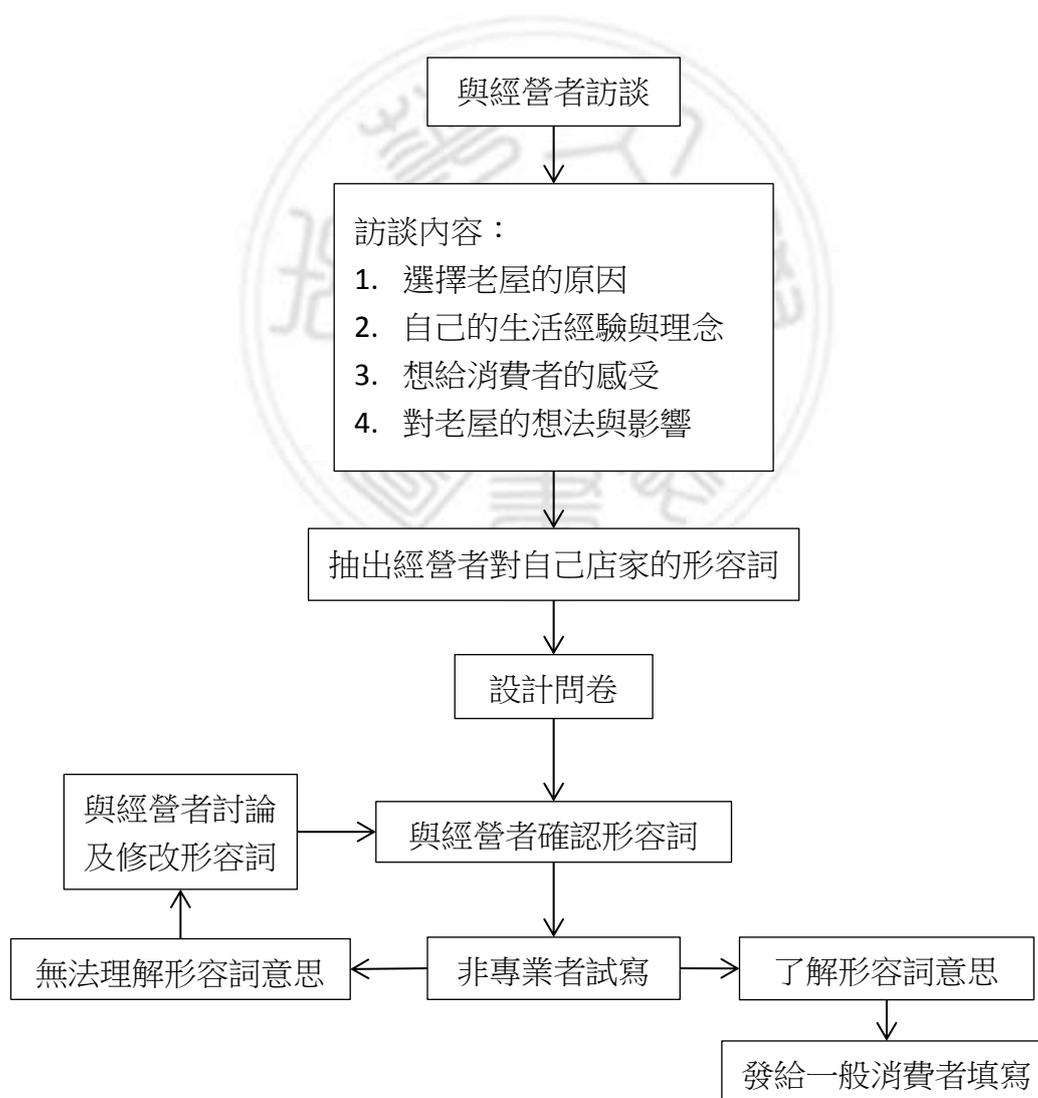


圖 115 問卷設計流程圖

二、問卷說明

本研究以第二章所提到的「影響空間經驗之變數」做為參考，設計「老屋咖啡廳室內空間意象之研究」問卷，主要發給在店內消費的消費者，以達到實質的空間經驗，了解消費者的感受與經營者所要傳達的空間感受是否一致。本研究共發出 400 份問卷，各咖啡廳所發出問卷為 100 份，經人工檢核後，剔除無效問卷，各咖啡廳所獲得的有效問卷為：玉山旅社 98 份；Come Home 咖啡漫步 94 份；國王•蝴蝶•秘密基地 95 份；芙甜 96 份。

1. 個人屬性資料表

包括：「性別」、「年齡」、「教育程度」、「專業背景」、「居住地」五種變項，共計五題。部分為消費者的基本調查，藉以做為了解「個人屬性變項」與「空間基本調查」、「空間印象」之間關連性的基礎。

2. 空間基本調查表

本表主要在調查受測者的老屋咖啡廳的印象基礎與對消費行為，老屋咖啡廳的印象基礎包括：「一開始對於老屋印象來源」、「何為老屋咖啡廳室內空間最重要的部分」、「店內所屬色彩」；消費行為包括：「第幾次到訪本店」、「停留時間」共四個變項。

3. 空間印象量表

本量表針對空間設計細項配合與經營者訪談後分析出的空間形容詞而成，提出的空間形容詞先進行測驗，受測者無法理解，再與經營者討論，重複致受測者明白其空間形容詞意思。受測者依據自己在該店空間內的空間氣氛感受，分別就「非常同意（100%）」、「同意（75%）」、「尚可（50%）」、「不同意（25%）」、「非常不同意（0%）」五個選項擇一作答。計分方式則依滿意度遞減而遞減，「非常同意（100%）」計五分、「同意（75%）」計四分、「尚可（50%）」計三分、「不同意（25%）」計兩分、「非常不同意（0%）」計一分；得分越高，則表示經營者所要傳達的空間氛圍感受，消費者認同，並且也有感受到。如分數越低，則表示經營者所營造的空間氛圍，消費者並無如此感受。

本研究中所指的老屋咖啡廳之「空間印象」，包含消費者知覺商店環境的物理狀態（氛圍因素），以及室內空間之美學的因素（設計因素）。經由因素分析後將「空間印象」分為八個因素。

- 空間設計細項為：
 - (1) 座位區：座位區之桌椅搭配、舒適度、空間感受。
 - (2) 櫃檯區：櫃檯的菜單板、陳列架、點心櫥櫃、裝飾品。
 - (3) 地板：地面之設計與質感效果。
 - (4) 牆面：牆面的色調、壁畫、照片、海報、窗戶、裝飾品。
 - (5) 天花板：天花板的材質、色調、造型。
 - (6) 燈光照明：燈具造型、照明效果、照明氣氛。
 - (7) 空間的色彩
 - (8) 空間的氣氛

- 空間形容詞：

與經營者訪談後整理出的空間形容詞，再由非專業人員檢視其形容詞，無法理解的形容詞再經本研究生與經營者討論後決定是否修改，修改後的形容詞再次由非專業者檢視。

表 11 空間形容詞選擇過程一覽表

店家名稱	空間形容詞	是否理解	修改後
玉山旅社	歷史性的	○	
	延續的	X	
	友善的	○	
	在地的	○	
Come Home 咖啡漫步	回家的	X	回到家的
	安靜的	○	
	沉澱的	X	平靜的
	沉穩的	○	
國王・蝴蝶・秘密基地	緩和的	○	
	安心的	○	
	放鬆的	○	
	可以思考的	X	
芙甜	溫暖的	○	
	沒有隔閡的	X	
	粗曠的	X	不細膩的
	奢華的	○	
	鄉村的	X	歐式鄉村的

資料來源：本研究整理自經營者訪談紀錄

三、分析方法

進行問卷測試後，將調查問卷回收整理，剔除無效問卷，進行編碼工作，以下就本研究所要探討的研究變相之間的關係說明。

由（表 12）中整理出下列探討項目：

一、基礎調查結果

- （一） 受試者基本資料
性別、年齡、教育程度、專業背景、居住地
- （二） 空間基本調查
老屋初始印象、空間三要素、到訪次數、停留時間、所屬色系

二、空間印象分析

三、族群偏好分析

- （一） 個人屬性變相與空間印象之差異性
性別、年齡、教育程度、專業背景、居住地
- （二） 空間偏好與空間印象之關係分析
初始印象、到訪次數、停留時間、所屬色系
- （三） 個人屬性與空間偏好分析
 - 1. 個人屬性與色系分析
性別、年齡、教育程度、專業背景
 - 2. 個人屬性與老屋初始印象之分析
年齡
 - 3. 個人屬性與空間要素之分析
專業背景

四間咖啡廳總探討項目：

- 一、個人屬性分析
性別、年齡、居住地
- 二、空間偏好分析
老屋初始印象

第四章將會依照（表 11）所得到的空間形容詞與以上項目做探討分析。

表 12 分析項目表

項目	個人屬性					空間偏好					
	性別	年齡	教育程度	專業背景	居住地	初始印象	空間要素	到訪次數	停留時間	所屬色系	空間印象
性別	○									○	○
年齡		○				○				○	○
教育程度			○							○	○
專業背景				○			○			○	○
居住地					○	○					○
初始印象		○			○	○					○
空間要素				○			○				
到訪次數								○			○
停留時間									○		○
所屬色系	○	○	○	○						○	○
空間印象	○	○	○	○	○	○		○	○	○	○

資料來源：本研究繪製

第四章 研究分析與討論

本章針對前述所設計之題型量表作評析，依據量表所施測而得的資料，與各項問題即本研究第二章所提之影響空間之變數進行分析討論，以探討實證研究中，經營者所營造的老屋空間氣氛與消費者感受之關係。根據各店家消費者感受將進行下列三項研究：

1. 消費者背景變項
2. 空間印象分析
3. 族群空間偏好分析

第一節、玉山旅社 分析資料

一、基礎調查結果

(一) 受試者基本資料

此部分將說明受試者基本資料，包括：「性別」、「年齡」、「教育程度」、「專業背景」、「居住地」五種變項，共計五題。本研究之有效樣本共 95 份，經統計後，人口統計變項分布情形如下：

1. 性別

在調查的 98 份問卷中，玉山旅社男性的受訪人有 36 位，佔樣本數的 36.7%；女性的受訪人有 62 位，佔樣本數的 63.3%。顯示受試者中女性多於男性。

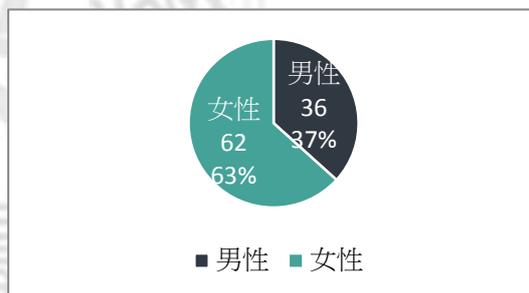


圖 116 玉山旅社性別圓餅圖

2. 年齡

在調查的 98 份問卷中，玉山旅社 20 歲以下 14 人，佔樣本數的 14.3%；21-30 歲 50 人，佔樣本數的 51%；31-40 歲 20 人，佔樣本數 20.4%；41-50 歲 8 人，占樣本數 8.2%；51 歲以上 6 人，佔樣本數 6.1%。顯示受試者中 21-30 歲的消費者為大宗。

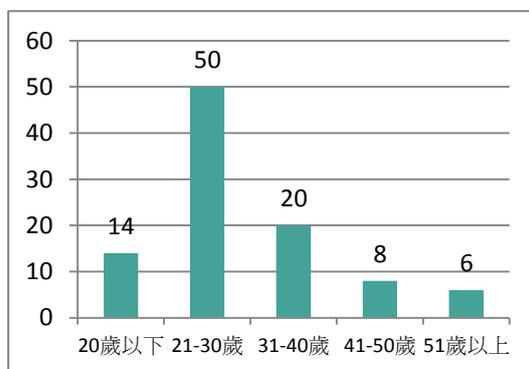


圖 117 玉山旅社年齡長條圖

3. 教育程度

在調查的 98 份問卷中，玉山旅社教育程度國中（含）以下為 2 人，佔樣本數的 2%；高中職為 6 人，佔樣本數的 6.1%；大專院校為 72 人，佔樣本數 73.5%；研究所為 36 人，佔樣本數的 18.4%。顯示受試者中以大專院校的消費者居多。

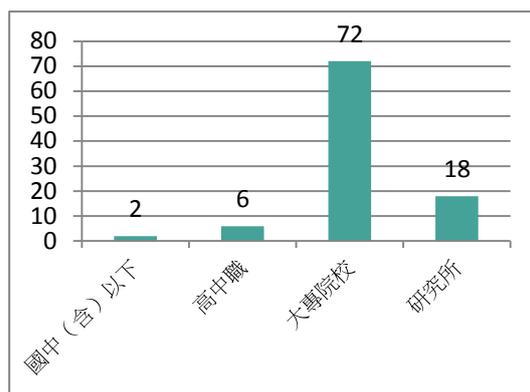


圖 118 玉山旅社教育程度長條圖

4. 專業背景

在調查的 98 份問卷中，將專業背景分類，玉山旅社，有 4 人具有空間專業背景，佔樣本數的 4%；有 8 人具有美學專業背景，佔樣本數的 8%；有 18 人具有教育專業背景，佔樣本數的 18%；有 26 人為其他，佔樣本數的 27%；有 42 人為無專業背景，佔樣本數的 43%。

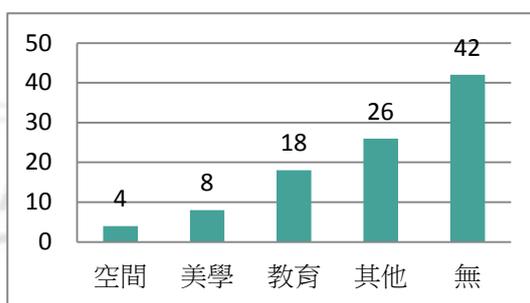


圖 119 玉山旅社專業背景長條圖

5. 居住地

在調查的 98 份問卷中，玉山旅社北部的消費者為 12 人，佔總樣本數的 12.2%；中部的消費者為 22 人，佔樣本數的 22.4%；嘉義縣的消費者為 12 人，佔樣本數的 12.2%；嘉義市的消費者為 24 人，佔樣本數的 24.5%；南部的消費者為 26 人，佔樣本數的 26.5%；其他地區的消費者為 2 人，佔樣本數的 2.1%。顯示受試者中外地的消費者居多，嘉義縣與嘉義市的消費者為 36 人，其他地區總合為 62 人。

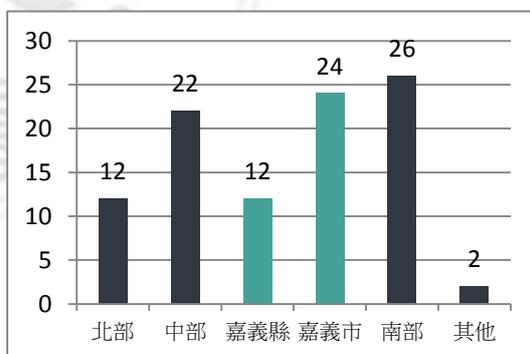


圖 120 玉山旅社居住地長條圖

(二) 空間基本調查

1. 老屋初始印象

在調查的 98 份問卷中，玉山旅社的受試者對與「老屋」初始印象來自於「電視、報章雜誌、書籍網路上」有 20 人，佔樣本數的 20.4%；「自己的老家」有 26 人，佔樣本數的 26.5%；「類似本店的地方」有 22 人，佔樣本數的 22.4%；「小時候拜訪的長輩家」有 18 人，佔樣本數的 18.4%；「戶外參訪」有 8 人，佔樣本數的 8.2%，「其他」有 4 人，佔樣本數的 4.1%。顯示受是對於「老屋」的印象多為「自己的老家」的地方。

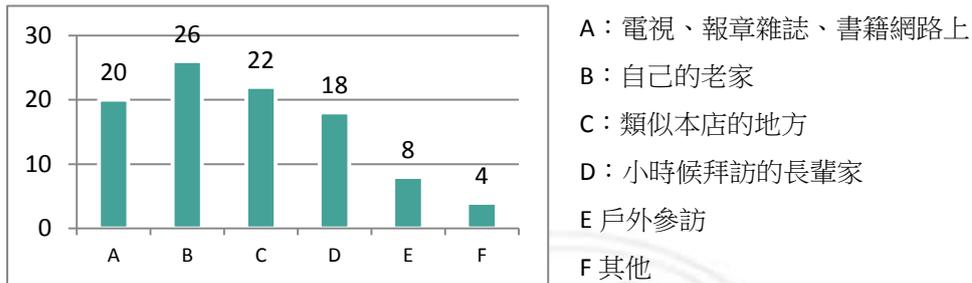


圖 121 玉山旅社老屋初始印象長條圖

2. 空間三要素

在調查的 98 份問卷中，玉山旅社的受試者認為空間中最重要三要素分別為：

- (1) 燈光、照明氣氛在 98 份樣本中提到次數 76 (28%)。
- (2) 擺設品在 98 份樣本中提到次數 58 (21%)。
- (3) 牆面設計在 98 份樣本中提到次數 42 (15%)。
- (4) 桌椅樣式在 98 份樣本中提到次數 40 (15%)。
- (5) 整體色彩在 98 份樣本中提到次數 34 (11%)。
- (6) 地板設計在 98 份樣本中提到次數 30 (5%)。
- (7) 天花板設計在 98 份樣本中提到次數 10 (4%)。
- (8) 其他在 98 份樣本中提到次數 4 (1%)。

顯示整體空間內最重要的元素為「燈光、照明氣氛」、「整擺設品」、「牆面設計」。

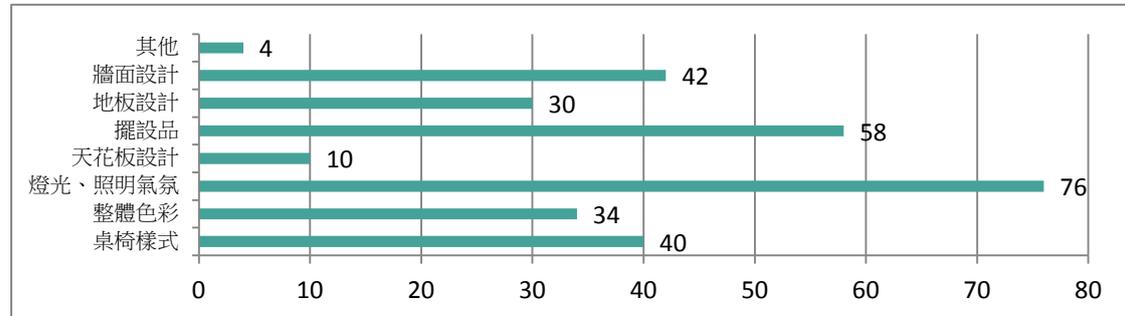


圖 122 玉山旅社空間要素長條圖

3. 到訪次數

在調查的 98 份問卷中，玉山旅社的受試者中，第一次到訪本店的人數為 66 人，佔樣本數的 67%；2-5 次的人數為 22 人，佔樣本數的 23%；6(含)次以上為 10 人，佔樣本數的 10%。顯示第一次到訪的消費者多於多次到訪的消費者。

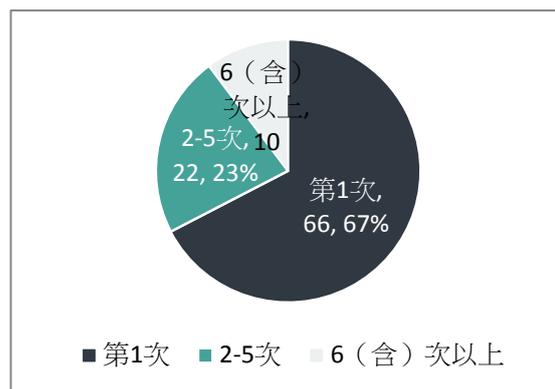


圖 123 玉山旅社到訪次數圓餅圖

4. 停留時間

在調查的 98 份問卷中，玉山旅社的受試者停留時間「30 分鐘內」為 14 人，佔樣本數的 14.3%；「30-60 分鐘」為 50 人，佔樣本數的 51%；「60-120 分鐘」為 20 人，佔樣本數 20.4%，「120 分鐘以上」為 14 人，佔樣本數 14.3%。

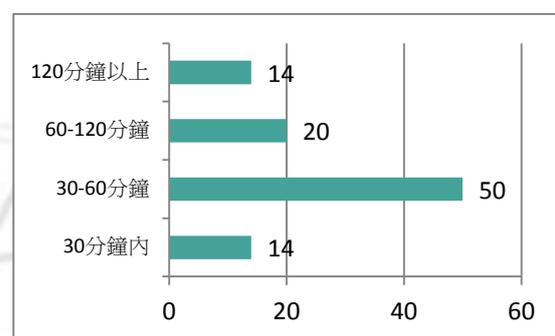


圖 124 玉山旅社停留時間長條圖

5. 所屬色系

在調查的 98 份問卷中，玉山旅社的受試者，有 18 人 (18.4%) 認為是棕色系；26 人 (26.5) 認為是橙色系；26 人 (26.5%) 認為是黃色系；22 人 (22.4%) 認為是綠色系；2 人 (2.1%) 認為是藍色系；4 人 (4.1%) 認為是灰色系。顯示較多受試者認為玉山旅社的色彩屬於橙色與黃色系。

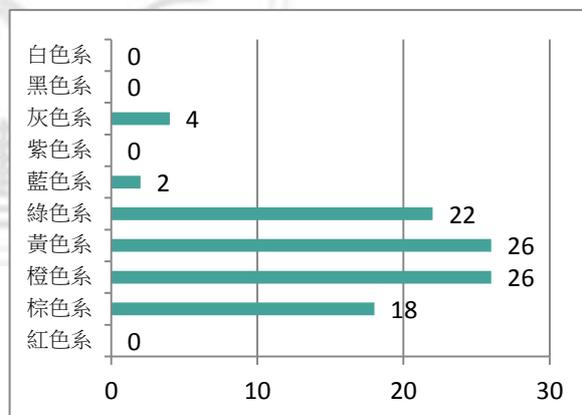


圖 125 玉山旅社所屬色系長條圖

二、空間印象分析

表 13 玉山旅社空間氣氛量表

	歷史性的	在地化的	延續的	友善的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的	最終空間氣氛
座位區	4.4	4.2	4.2	4.3	4.5	4.1	友善的、老舊的
櫃檯區	4.2	4.1	4.2	4.2	4.3	4.0	歷史性的、延續的、友善的、老舊的
地板	4.5	4.4	4.4	4.2	4.3	4.2	歷史性的
牆面	4.5	4.2	4.2	4.2	4.4	4.2	歷史性的
天花板	4.6	4.2	4.3	4.2	4.3	4.1	歷史性的
燈光	4.2	4.1	4.1	4.1	4.3	4.0	歷史性的、老舊的
色彩	4.3	4.2	4.2	4.3	4.3	4.1	歷史性的、友善的、老舊的
空間氣氛	4.4	4.3	4.3	4.2	4.4	4.1	歷史性的、老舊的

資料來源：本研究整理

玉山旅社的空間氣氛：

- (1) 座位區的空間氣氛是讓人覺得友善的、老舊的
- (2) 櫃檯區的空間氣氛是讓人覺得歷史性的、延續的、友善的、老舊的
- (3) 地板的視覺效果是讓人覺得歷史性的
- (4) 牆面的視覺效果是讓人覺得歷史性的
- (5) 天花板的視覺效果是讓人覺得歷史性的
- (6) 燈光照明的氣氛效果是讓人覺得歷史性的、老舊的
- (7) 空間整體的色彩視覺效果是讓人覺得歷史性的、友善的、老舊的
- (8) 整間店的空間氣氛是讓人覺得歷史性的、老舊的

座位區的空間氣氛讓人覺得是友善的（4.3）空間感受，在地化的（4.2）、延續的（4.2）空間氣氛感受較低，但差距不大。

櫃檯區的空間氣氛讓人覺得是歷史性的（4.2）、延續的（4.2）、友善的（4.2）空間感受，在地化的（4.1）空間氣氛感受較低，但差距不大。

地板的視覺感受是歷史性的（4.5）感受，友善的（4.2）空間氣氛感受較低。

牆面的視覺感受是歷史性的（4.5）感受，在地化的（4.2）、延續的（4.2）、友善的（4.2）空間氣氛感受較低。

天花板的視覺感受是歷史性（4.6）感受，在地化的（4.2）、友善的（4.2）空間氣氛感受較低。

燈光照明的氣氛是歷史性的（4.2）感受，在地化的（4.1）、延續的（4.1）、友善的（4.1）空間氣氛感受較低。

空間整體的色彩氣氛是歷史性的（4.3）、友善的（4.3）感受，在地化的（4.2）、延續的（4.2）空間氣氛感受較低。

整間店的空間氣氛是歷史性的（4.4）感受，友善的（4.2）氣氛較其他感受低。而「老舊的」與「會讓您想起小時候的老屋的」感受都在「同意」的分數裡。

三、族群空間偏好分析

依據上述資料分析偏好族群與空間氣氛量表之關係：

（一）個人屬性變項與空間印象之差異性

1. 「性別」方面：

玉山旅社的空間氣氛「兩性」比較：

「女性」（62人，63%）與「男性」（36人，37%）的空間氣氛感受：

- 在座位區的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。男性與女性皆認為是「歷史性的、老舊的」感受。
- 櫃檯區的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「延續的、友善的」；男性認為是「歷史性的、友善的、老舊的」感受。
- 地板的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「歷史性的、延續的」；男性認為是「歷史性的」感受。
- 牆面的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。男性與女性皆認為是「歷史性的」感受。
- 天花板的感受，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。男性與女性皆認為是「歷史性的」感受。
- 燈光的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「歷史性的、老舊的」；男性認為是「友善的、老舊的」感受。
- 色彩的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「友善的、老舊的」；男性認為是「歷史性的」感受。
- 空間氣氛的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「歷史性的」感受；男性認為是「歷史性的、在地化的、延續的、老舊的」。

在玉山旅社性別的空間氣氛認知中「歷史性的、老舊的」認知較為相同，但其他形容詞差異也在 0.4 之內。

表 14 玉山旅社之性別氣氛量表

	性別	歷史性的	在地化的	延續的	友善的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的	最終空間氣氛
座位區	女	4.4	4.2	4.2	4.3	4.4	4.1	歷史性的、老舊的
	男	4.6	4.3	4.3	4.3	4.6	4.2	歷史性的、老舊的
櫃檯區	女	4.2	4.1	4.3	4.3	4.1	4.0	延續的、友善的
	男	4.2	4.1	4.1	4.2	4.5	3.9	歷史性的、友善的、老舊的
地板	女	4.4	4.3	4.4	4.3	4.3	4.1	歷史性的、延續的
	男	4.6	4.4	4.4	4.0	4.3	4.3	歷史性的
牆面	女	4.6	4.2	4.1	4.2	4.5	4.2	歷史性的
	男	4.4	4.2	4.2	4.2	4.3	4.2	歷史性的
天花板	女	4.6	4.2	4.3	4.2	4.4	4.2	歷史性的
	男	4.6	4.3	4.4	4.3	4.3	4.1	歷史性的
燈光	女	4.2	4.0	4.1	4.1	4.3	4.0	歷史性的、老舊的
	男	4.1	4.1	4.1	4.2	4.3	4.1	友善的、老舊的
色彩	女	4.2	4.1	4.2	4.3	4.3	4.1	友善的、老舊的
	男	4.5	4.3	4.4	4.3	4.4	4.2	歷史性的
空間氣氛	女	4.4	4.2	4.2	4.2	4.3	4.1	歷史性的
	男	4.4	4.4	4.4	4.3	4.6	4.2	歷史性的、在地化的、延續的、老舊的

資料來源：本研究整理

2. 「年齡」方面：

20 歲以下 (14 人, 14.3%)、21-30 歲 (50 人, 51%)、31-40 歲 (20 人, 20.4%)、41-50 歲 (8 人, 8.2%)、51 歲以上 (6 人, 6.1%) 年齡與空間氣氛感受：

- 座位區：
20 歲以下的受試者認為是「友善的」感受；21-30 歲認為是「歷史性的、延續的、老舊的」的感受；31-40 歲認為是「歷史性的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受；41-50 歲認為是「在地化的」感受；51 歲以上認為是「歷史性的」。
- 櫃檯區：
20 歲以下的受試者認為是「在地化的」感受；21-30 歲認為是「歷史性的、延續的、友善的」的感受；31-40 歲認為是「延續的、友善的」感受；41-50 歲認為是「歷史性的、延續的、友善的、老舊的」感受；51 歲以上認為是「歷史性的、老舊的」。
- 地板：
20 歲以下的受試者認為是「歷史性的、在地化的、延續的、會讓您想起小時候的老屋的」感受；21-30 歲認為是「延續的」的感受；31-40 歲認為是「在地化的、會讓您想起小時候的老屋的」感受；41-50 歲認為是「歷史性的、在地化的、延續的、友善的」感受；51 歲以上認為是「歷史性的」。
- 牆面：
20 歲以下的受試者認為是「在地化的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受；21-30 歲認為是「歷史性的」的感受；31-40 歲認為是「歷史性的」感受；41-50 歲認為是「歷史性的、友善的、老舊的」感受；51 歲以上認為是「歷史性的」。
- 天花板：
20 歲以下的受試者認為是「在地化的、老舊的」感受；21-30 歲認為是「歷史性的」的感受；31-40 歲認為是「歷史性的」感受；41-50 歲認為是「延續的、友善的」感受；51 歲以上認為是「歷史性的」。
- 燈光氣氛：
20 歲以下的受試者認為是「延續的、老舊的」感受；21-30 歲認為是「歷史性的、延續的、友善的、老舊的」的感受；31-40 歲認為是「在地化的、老舊的」感受；41-50 歲認為是「歷史性的、友善的、老舊的」感受；51 歲以上認為是「歷史性的」。
- 色彩：
20 歲以下的受試者認為是「在地化的、友善的」感受；21-30 歲認為是「歷史性的」的感受；31-40 歲認為是「友善的、老舊的」感受；41-50 歲認為

是「歷史性的、在地化的、延續的、友善的、老舊的」感受；51 歲以上認為是「歷史性的」。

● 整體空間氣氛：

20 歲以下的受試者認為是「延續的」感受；21-30 歲認為是「歷史性的」的感受；31-40 歲認為是「在地化的、延續的、友善的、老舊的」感受；41-50 歲認為是「歷史性的」感受；51 歲以上認為是「歷史性的」。

表 15 玉山旅社之年齡氣氛量表

空間形容詞	年齡	歷史性的	在地化的	延續的	友善的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	20	3.9	3.9	4.0	4.3	4.1	3.9
	21-30	4.6	4.5	4.6	4.5	4.7	4.2
	31-40	4.2	4.0	3.9	3.9	4.3	4.3
	41-50	4.5	4.8	4.5	4.5	4.5	4.3
	50	4.7	3.3	3.0	3.3	3.7	3.3
櫃檯區	20	3.9	4.1	3.9	4.0	4.0	4.0
	21-30	4.4	4.2	4.3	4.4	4.4	4.0
	31-40	4.0	3.9	4.3	4.3	3.9	4.1
	41-50	4.5	4.3	4.5	4.5	4.8	4.3
	50	4.0	3.3	3.3	3.3	4.3	3.3
地板	20	4.0	4.0	4.0	3.7	4.0	4.1
	21-30	4.6	4.5	4.7	4.5	4.6	4.2
	31-40	4.4	4.5	4.3	4.0	4.1	4.5
	41-50	4.8	4.8	4.8	4.8	4.5	3.8
	50	4.7	3.3	3.0	3.0	3.3	3.3
牆面	20	4.1	4.3	3.9	4.1	4.3	4.3
	21-30	4.6	4.2	4.4	4.4	4.4	4.1
	31-40	4.6	4.3	4.0	4.0	4.5	4.5
	41-50	4.5	4.3	4.3	4.5	4.8	4.3
	50	4.7	3.7	3.3	3.0	3.7	3.3
天花板	20	4.1	4.3	4.1	4.1	4.3	4.0
	21-30	4.8	4.3	4.4	4.3	4.4	4.1
	31-40	4.7	4.2	4.4	4.1	4.3	4.5
	41-50	4.5	4.3	4.8	4.8	4.5	4.0
	50	4.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3
燈光	20	4.0	4.0	4.1	4.0	4.3	4.0
	21-30	4.2	4.0	4.2	4.2	4.3	4.1
	31-40	3.9	4.2	3.9	3.9	4.2	4.0

空間形容詞	年齡	歷史性的	在地化的	延續的	友善的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
	41-50	4.8	4.5	4.5	4.8	4.8	4.3
	50	4.3	4.0	3.3	3.3	4.0	3.3
色彩	20	4.0	4.4	4.1	4.4	4.1	4.1
	21-30	4.6	4.3	4.5	4.4	4.5	4.2
	31-40	3.8	3.8	3.8	4.1	4.2	4.1
	41-50	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.3
	50	3.7	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3
空間氣氛	20	4.1	4.3	4.6	4.4	4.3	4.3
	21-30	4.6	4.4	4.3	4.3	4.5	4.2
	31-40	4.0	4.2	4.2	4.2	4.3	4.1
	41-50	5.0	4.8	4.8	4.5	4.5	4.0
	50	4.3	3.3	3.3	3.3	4.0	3.3

資料來源：本研究整理

3. 「教育程度」方面：

國中(含)以下(2人,2%)、高中職(6人,6.1%)、大專院校(72人,73.5%)、研究所(18人,18.4%)與空間氣氛感受：

- 座位區：
 - 教育程度「高中職」族群認為是「歷史性的、在地化的、延續的、友善的、老舊的」感受。
 - 教育程度「大專院校」族群認為是「歷史性的、老舊的」感受。
 - 教育程度「研究所」族群認為是「歷史性的」感受。
- 櫃檯區：
 - 教育程度「高中職」族群認為是「歷史性的、在地化的、友善的、老舊的」感受。
 - 教育程度「大專院校」族群認為是「歷史性的、延續的、友善的、老舊的」感受。
 - 教育程度「研究所」族群認為是「友善的」感受。
- 地板：
 - 教育程度「高中職」族群認為是「歷史性的、在地化的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 教育程度「大專院校」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 教育程度「研究所」族群認為是「在地化的」感受。

- 牆面：
教育程度「高中職」族群認為是「歷史性的老舊的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「歷史性的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「歷史性的」感受。
- 天花板：
教育程度「高中職」族群認為是「歷史性的、在地化的、延續的、友善的、老舊的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「歷史性的、」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「歷史性的」感受。
- 燈光氣氛：
教育程度「高中職」族群認為是「歷史性的、在地化的、延續的、友善的、老舊的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「歷史性的老舊的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「友善的」感受。
- 色彩：
教育程度「高中職」族群認為是「友善的、老舊的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「歷史性的、友善的、老舊的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「延續的」感受。
- 整體空間氣氛：
教育程度「高中職」族群認為是「延續的、友善的、老舊的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「歷史性的、老舊的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「歷史性的、在地化的」感受。

表 16 玉山旅社之教育程度氣氛量表

空間形容詞	教育程度	歷史性的	在地化的	延續的	友善的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	國中（含）以下	4.0	3.0	4.0	5.0	3.0	3.0
	高中職	4.0	4.0	4.0	4.0	4.3	3.7
	大專院校	4.4	4.3	4.3	4.3	4.5	4.3
	研究所	4.6	4.3	4.3	4.2	4.4	4.0
櫃檯區	國中（含）以下	5.0	5.0	5.0	5.0	3.0	5.0
	高中職	4.0	4.0	3.7	4.0	4.7	4.0
	大專院校	4.3	4.2	4.3	4.3	4.3	4.0
	研究所	4.1	3.8	4.1	4.2	4.1	3.8
地板	國中（含）以下	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0
	高中職	3.7	3.7	3.3	3.0	4.0	4.3
	大專院校	4.6	4.4	4.5	4.3	4.4	4.2
	研究所	4.6	4.8	4.6	4.3	4.1	4.1
牆面	國中（含）以下	4.0	3.0	3.0	4.0	4.0	5.0
	高中職	4.3	4.0	3.3	3.0	4.3	4.0
	大專院校	4.5	4.2	4.3	4.3	4.4	4.2
	研究所	4.6	4.4	4.1	4.3	4.4	4.2
天花板	國中（含）以下	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0	5.0
	高中職	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.7
	大專院校	4.6	4.2	4.3	4.2	4.5	4.2
	研究所	4.7	4.2	4.4	4.2	3.8	4.0
燈光	國中（含）以下	4.0	3.0	4.0	4.0	3.0	3.0
	高中職	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.7
	大專院校	4.3	4.1	4.2	4.1	4.5	4.2
	研究所	3.9	4.2	3.8	4.3	3.9	3.6
色彩	國中（含）以下	4.0	5.0	5.0	5.0	3.0	3.0
	高中職	3.7	3.7	3.7	4.0	4.0	4.0
	大專院校	4.3	4.2	4.2	4.3	4.4	4.2
	研究所	4.3	4.2	4.6	4.3	4.4	3.8
空間氣氛	國中（含）以下	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0	5.0
	高中職	3.7	3.7	4.0	4.0	4.0	4.0
	大專院校	4.4	4.2	4.3	4.2	4.4	4.2
	研究所	4.7	4.7	4.6	4.4	4.3	3.8

資料來源：本研究整理

4. 「專業背景」方面：

空間專業（4人，4%）、美學專業（8人，8%）、教育專業（18人，18%）、其他專業（26人，27%）、無專業（42人，43%）與空間氣氛感受：

- 座位區：
 - 「空間專業」族群認為是「歷史性的、友善的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「歷史性的、在地化的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「歷史性的、友善的、老舊的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「歷史性的、老舊的」感受。
- 櫃檯區：
 - 「空間專業」族群認為是「歷史性的、延續的、友善的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「在地化的、延續的、友善的、老舊的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「友善的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「在地化的、延續的、友善的、老舊的」感受。
- 地板：
 - 「空間專業」族群認為是「歷史性的、延續的、友善的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「在地化的、延續的、老舊的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「歷史性的、在地化的」感受。
- 牆面：
 - 「空間專業」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「歷史性的、友善的、老舊的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「歷史性的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
- 天花板：
 - 「空間專業」族群認為是「歷史性的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「歷史性的、延續的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「歷史性的、老舊的」感受。

- 燈光氣氛：
 - 「空間專業」族群認為是「延續的、友善的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「友善的、老舊的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「歷史性的、老舊的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「延續的、老舊的」感受。
- 色彩：
 - 「空間專業」族群認為是「歷史性的、延續的、友善的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「歷史性的、老舊的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「歷史性的、在地化的、友善的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「延續的、老舊的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「在地化的、老舊的」感受。
- 整體空間氣氛：
 - 「空間專業」族群認為是「歷史性的、延續的、友善的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「在地化的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「友善的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「歷史性的、老舊的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「延續的」感受。

表 17 玉山旅社之專業背景氣氛量表

空間形容詞	專業背景	歷史性的	在地化的	延續的	友善的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	空間專業	4.5	4.0	4.0	4.5	4.5	4.5
	美學專業	5.0	5.0	4.8	4.5	4.8	4.8
	教育專業	4.4	4.3	4.3	4.4	4.7	4.1
	其他	4.6	4.2	4.4	4.5	4.5	3.9
	無	4.2	4.1	4.0	4.0	4.3	4.1
櫃檯區	空間專業	4.5	3.5	4.5	4.5	4.0	4.0
	美學專業	4.8	4.3	4.3	4.3	4.3	4.3
	教育專業	4.1	4.2	4.2	4.2	4.2	3.7
	其他	4.4	4.1	4.3	4.5	4.2	4.0
	無	4.0	4.1	4.1	4.1	4.3	4.1
地板	空間專業	4.5	4.0	4.5	4.5	4.5	5.0
	美學專業	5.0	4.5	4.8	4.5	4.8	4.3
	教育專業	4.7	4.8	4.8	4.7	4.8	4.6

空間形容詞	專業背景	歷史性的	在地化的	延續的	友善的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
	其他	4.5	4.2	4.4	4.2	4.2	3.8
	無	4.3	4.3	4.2	3.9	4.1	4.1
牆面	空間專業	5.0	4.0	4.5	4.5	4.5	5.0
	美學專業	5.0	4.8	4.8	4.5	4.5	4.0
	教育專業	4.3	4.2	4.1	4.3	4.3	4.2
	其他	4.9	4.2	4.2	4.2	4.6	3.9
	無	4.2	4.1	4.0	4.0	4.2	4.3
天花板	空間專業	5.0	3.5	4.0	4.0	4.0	5.0
	美學專業	5.0	3.8	4.3	4.3	4.5	4.3
	教育專業	4.7	4.6	4.7	4.6	4.6	4.3
	其他	4.8	4.2	4.3	4.0	4.2	3.8
	無	4.3	4.2	4.2	4.2	4.3	4.1
燈光	空間專業	4.0	4.0	4.5	4.5	4.0	4.5
	美學專業	4.5	4.0	4.0	4.3	4.0	4.3
	教育專業	4.1	4.1	4.1	4.2	4.2	3.7
	其他	4.2	4.0	3.8	4.1	4.4	3.9
	無	4.1	4.1	4.2	4.0	4.4	4.1
色彩	空間專業	4.5	4.0	4.5	4.5	4.5	4.5
	美學專業	4.3	4.0	4.0	4.0	4.3	3.5
	教育專業	4.4	4.4	4.2	4.4	4.3	4.1
	其他	4.2	3.9	4.4	4.3	4.4	4.0
	無	4.2	4.3	4.2	4.2	4.3	4.2
空間氣氛	空間專業	4.5	4.0	4.5	4.5	4.5	4.5
	美學專業	4.5	4.8	4.3	4.5	4.5	4.3
	教育專業	4.4	4.3	4.3	4.6	4.3	4.2
	其他	4.5	4.1	4.2	4.2	4.5	3.8
	無	4.3	4.3	4.4	4.1	4.3	4.1

資料來源：本研究整理

5. 「居住地」方面：

北部（12 人，12.2%）、中部（22 人，22.4%）、嘉義縣（12 人，12.2%）、嘉義市（24 人，24.5%）、南部（26 人，26.5%）、其他（2 人，2.1%）的居住地與空間氣氛感受：

- 座位區：
 - 「北部」族群認為是「歷史性的、在地化的、老舊的」感受。
 - 「中部」族群認為是「友善的、老舊的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「友善的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「南部」族群認為是「歷史性的、老舊的」感受。
- 櫃檯區：
 - 「北部」族群認為是「歷史性的、延續的、老舊的」感受。
 - 「中部」族群認為是「歷史性的、老舊的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「友善的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「歷史性的、在地化的、延續的、老舊的」感受。
 - 「南部」族群認為是「友善的」感受。
- 地板：
 - 「北部」族群認為是「歷史性的、在地化的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「中部」族群認為是「歷史性的、延續的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「延續的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「南部」族群認為是「歷史性的、在地化的」感受。
- 牆面：
 - 「北部」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「中部」族群認為是「歷史性的、在地化的、延續的、友善的、老舊的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「歷史性的、友善的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「南部」族群認為是「歷史性的」感受。
- 天花板：
 - 「北部」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「中部」族群認為是「歷史性的、延續的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「歷史性的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「歷史性的」感受。

「南部」族群認為是「歷史性的」感受。

● 燈光氣氛：

「北部」族群認為是「延續的」感受。

「中部」族群認為是「友善的」感受。

「嘉義縣」族群認為是「歷史性的、延續的、老舊的」感受。

「嘉義市」族群認為是「歷史性的、老舊的」感受。

「南部」族群認為是「在地化的、延續的、友善的、老舊的」感受。

● 色彩：

「北部」族群認為是「友善的、老舊的」感受。

「中部」族群認為是「延續的、友善的、老舊的」感受。

「嘉義縣」族群認為是「友善的」感受。

「嘉義市」族群認為是「歷史性的」感受。

「南部」族群認為是「延續的、友善的、老舊的」感受。

● 整體空間氣氛：

「北部」族群認為是「歷史性的、在地化的、延續的、友善的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。

「中部」族群認為是「歷史性的、延續的、友善的、老舊的」感受。

「嘉義縣」族群認為是「歷史性的」感受。

「嘉義市」族群認為是「歷史性的」感受。

「南部」族群認為是「在地化的」感受。

表 18 玉山旅社之居住氣氛氣量表

空間形容詞	居住地	歷史性的	在地化的	延續的	友善的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	北部	4.5	4.5	4.0	4.3	4.7	4.0
	中部	4.4	4.4	4.4	4.5	4.5	4.4
	嘉義縣	4.3	4.2	4.3	4.5	4.3	4.0
	嘉義市	4.5	4.2	4.1	3.9	4.3	4.2
	南部	4.4	4.1	4.3	4.2	4.5	4.0
	其他	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0
櫃檯區	北部	4.3	4.2	4.3	4.2	4.3	4.2
	中部	4.2	3.9	4.1	4.1	4.3	3.9
	嘉義縣	4.5	4.3	4.5	4.7	4.2	4.0
	嘉義市	4.1	4.1	4.1	3.8	4.4	4.0
	南部	4.2	4.1	4.2	4.5	4.2	4.0
	其他	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0
地板	北部	4.3	4.3	4.0	4.2	4.2	4.5
	中部	4.5	4.4	4.5	4.4	4.4	4.1

空間形容詞	居住地	歷史性的	在地化的	延續的	友善的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
	嘉義縣	4.0	3.8	4.3	4.2	4.0	3.8
	嘉義市	4.8	4.5	4.5	4.1	4.5	4.2
	南部	4.5	4.5	4.4	4.2	4.3	4.2
	其他	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0
牆面	北部	4.5	4.3	4.2	4.0	4.3	4.3
	中部	4.5	4.5	4.5	4.5	4.6	4.3
	嘉義縣	4.3	4.0	4.2	4.3	4.3	4.3
	嘉義市	4.5	4.0	4.1	4.0	4.1	3.9
	南部	4.5	4.2	3.9	4.1	4.4	4.2
	其他	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0
天花板	北部	4.7	4.2	4.2	4.0	4.2	4.5
	中部	4.5	3.9	4.5	4.4	4.2	3.9
	嘉義縣	4.7	4.5	4.3	4.3	4.5	4.3
	嘉義市	4.7	4.0	4.1	4.0	4.2	4.0
	南部	4.6	4.5	4.5	4.2	4.5	4.1
	其他	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0
燈光	北部	4.2	4.2	4.3	4.2	4.2	4.2
	中部	4.3	4.2	4.1	4.4	4.5	4.3
	嘉義縣	4.0	3.7	4.0	3.8	4.2	4.0
	嘉義市	4.3	3.9	3.7	3.8	4.3	4.0
	南部	4.1	4.2	4.2	4.2	4.4	3.8
	其他	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0
色彩	北部	4.2	4.2	4.2	4.3	4.3	4.2
	中部	4.4	4.3	4.5	4.5	4.5	4.1
	嘉義縣	4.3	4.3	4.2	4.5	4.3	4.2
	嘉義市	4.2	3.9	3.9	3.9	4.1	3.9
	南部	4.2	4.2	4.3	4.3	4.4	4.2
	其他	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0
空間氣氛	北部	4.2	4.2	4.2	4.2	4.2	4.2
	中部	4.5	4.4	4.5	4.5	4.5	4.1
	嘉義縣	4.7	4.0	4.2	4.2	4.3	4.2
	嘉義市	4.5	4.1	4.2	3.9	4.4	4.0
	南部	4.2	4.5	4.3	4.4	4.4	4.1
	其他	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0

資料來源：本研究整理

(二) 空間偏好與空間印象之關係分析

1. 「初始印象」方面

電視、報章雜誌、書籍網路上 (20 人, 20.4%)、自己的老家 (26 人, 26.5%)、類似本店的地方 (22 人, 22.4%)、小時候拜訪的長輩家 (18 人, 18.4%)、戶外參訪 (8 人, 8.2%)、其他 (4 人, 4.1%) 的初始印象與空間氣氛：

● 座位區：

「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「歷史性的、在地化的、老舊的」感受。

「自己的老家」族群認為是「歷史性的」感受。

「類似本店的地方」族群認為是「歷史性的、延續的、老舊的」感受。

「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「歷史性的、老舊的」感受。

「戶外參訪」族群認為是「延續的、友善的」感受。

「其他」族群認為是「歷史性的、在地化的、延續的、友善的、老舊的」感受。

● 櫃檯區：

「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「在地化的、延續的」感受。

「自己的老家」族群認為是「歷史性的、友善的」感受。

「類似本店的地方」族群認為是「友善的、老舊的」感受。

「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「歷史性的」感受。

「戶外參訪」族群認為是「在地化的、老舊的」感受。

「其他」族群認為是「歷史性的、在地化的」感受。

● 地板：

「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「在地化的、老舊的」感受。

「自己的老家」族群認為是「在地化的」感受。

「類似本店的地方」族群認為是「歷史性的」感受。

「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「歷史性的」感受。

「戶外參訪」族群認為是「歷史性的」感受。

「其他」族群認為是「歷史性的、在地化的、延續的、友善的、老舊的」感受。

● 牆面：

「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「歷史性的」感受。

「自己的老家」族群認為是「歷史性的、在地化的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。

「類似本店的地方」族群認為是「歷史性的」感受。

「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「歷史性的」感受。

「戶外參訪」族群認為是「友善的」感受。

「其他」族群認為是「歷史性的、在地化的、老舊的」感受。

● 天花板：

「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「歷史性的」感受。

「自己的老家」族群認為是「歷史性的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。

「類似本店的地方的族群認為是「歷史性的」感受。

「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「歷史性的」感受。

「戶外參訪」族群認為是「歷史性的、在地化的、延續的、友善的、老舊的」感受。

「其他」族群認為是「歷史性的、在地化的」感受。

● 燈光氣氛：

「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「歷史性的、延續的、老舊的」感受。

「自己的老家」族群認為是「歷史性的、老舊的」感受。

「類似本店的地方」族群認為是「歷史性的、友善的」感受。

「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「在地化的、老舊的」感受。

「戶外參訪」族群認為是「延續的、友善的、老舊的」感受。

「其他」族群認為是「歷史性的、在地化的、老舊的」感受。

● 色彩：

「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「延續的、老舊的」感受。

「自己的老家」族群認為是「友善的」感受。

「類似本店的地方」族群認為是「歷史性的」感受。

「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「歷史性的、延續的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。

「戶外參訪」族群認為是「歷史性的、在地化的、延續的會讓您想起小時候的老屋的」感受。

「其他」族群認為是「歷史性的、友善的、老舊的」感受。

● 整體空間氣氛：

「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「在地化的、延續的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。

「自己的老家」族群認為是「在地化的」感受。

「類似本店的地方」族群認為是「歷史性的」感受。

「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「歷史性的、老舊的」感受。

「戶外參訪」族群認為是「在地化的」感受。

「其他」族群認為是「歷史性的」感受。

表 19 玉山旅社之初始印象氣氛量表

空間形容詞	初始印象	歷史性的	在地化的	延續的	友善的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.5	4.5	4.3	4.4	4.5	4.2
	自己的老家	4.4	4.2	4.0	4.1	4.2	4.3
	類似本店的地方	4.5	4.4	4.5	4.4	4.6	3.6
	小時候的長輩家	4.4	4.0	4.1	4.2	4.4	4.3
	戶外參訪	3.8	3.8	4.3	4.3	4.5	4.3
	其他	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.5
櫃檯區	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.4	4.5	4.5	4.3	4.4	4.3
	自己的老家	4.1	3.8	4.0	4.1	3.8	3.9
	類似本店的地方	3.9	3.9	4.1	4.4	4.5	3.5
	小時候的長輩家	4.4	4.0	4.2	4.2	4.3	4.3
	戶外參訪	4.3	4.5	4.3	4.3	4.5	4.0
	其他	5.0	5.0	4.5	4.5	4.5	4.5
地板	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.2	4.4	4.2	4.4	4.4	4.2
	自己的老家	4.2	4.3	4.2	4.1	4.1	4.3
	類似本店的地方	4.6	4.1	4.5	4.2	4.4	3.5
	小時候的長輩家	4.7	4.3	4.6	3.9	4.2	4.7
	戶外參訪	5.0	5.0	4.5	4.5	4.8	4.5
	其他	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.5
牆面	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.5	4.2	4.1	4.2	4.4	4.3
	自己的老家	4.2	4.2	3.8	4.0	4.2	4.5
	類似本店的地方	4.7	4.3	4.5	4.5	4.4	3.5
	小時候的長輩家	4.7	4.2	4.2	3.9	4.6	4.4
	戶外參訪	4.3	4.0	4.0	4.5	4.3	4.3
	其他	5.0	5.0	4.5	4.5	5.0	4.5
天花板	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.5	4.4	4.4	4.2	4.3	4.1
	自己的老家	4.5	4.1	4.3	4.2	4.3	4.5
	類似本店的地方	4.7	4.0	4.2	4.3	4.3	3.4
	小時候的長輩家	4.8	4.3	4.6	4.1	4.4	4.6
	戶外參訪	4.3	4.3	4.3	4.3	4.3	4.0
	其他	5.0	5.0	4.0	4.0	4.5	4.5
燈光	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.3	4.2	4.3	4.2	4.3	4.1
	自己的老家	4.1	4.0	4.0	4.0	4.2	4.1
	類似本店的地方	4.1	3.5	3.9	4.1	4.0	3.4
	小時候的長輩家	4.2	4.6	4.1	4.1	4.6	4.2

空間形容詞	初始印象	歷史性的	在地化的	延續的	友善的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
	戶外參訪	4.3	4.3	4.5	4.5	4.8	4.8
	其他	4.0	4.0	3.5	3.5	5.0	4.5
色彩	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.3	4.3	4.4	4.3	4.4	4.1
	自己的老家	3.9	4.2	4.2	4.3	4.2	3.8
	類似本店的地方	4.5	4.2	4.1	4.3	4.3	3.6
	小時候的長輩家	4.3	4.0	4.3	4.2	4.4	4.8
	戶外參訪	4.5	4.5	4.5	4.3	4.3	4.5
	其他	4.5	4.0	4.0	4.5	5.0	4.5
空間氣氛	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.0	4.1	4.1	4.0	4.1	4.1
	自己的老家	4.3	4.5	4.3	4.3	4.1	4.2
	類似本店的地方	4.6	4.2	4.4	4.5	4.5	3.6
	小時候的長輩家	4.7	4.2	4.4	4.3	4.9	4.6
	戶外參訪	4.5	5.0	4.8	4.3	4.8	4.3
	其他	5.0	3.5	3.5	3.5	4.0	4.0

資料來源：本研究整理

2. 「到訪次數」方面

第 1 次（66 人，67%）、2-5 次（22 人，23%）、6（含）次以上（10 人，10%）。到訪次數「第 1 次」與「2-5 次」的受試者空間感受都高於「6 次以上」。

表 20 玉山旅社之到訪次數氣氛量表

	1 次	2-5 次	6 次以上	最高
座位區的氣氛總和	4.3	4.3	4.2	1 次、2-5 次
櫃檯區的氣氛總和	4.2	4.3	3.9	2-5 次
地板的氣氛總和	4.3	4.5	4.1	2-5 次
牆面的氣氛總和	4.3	4.2	4.2	1 次
天花板的氣氛總和	4.4	4.4	3.7	1 次、2-5 次
燈光的氣氛總和	4.2	4.1	3.8	1 次
色彩的氣氛總和	4.3	4.3	3.8	1 次、2-5 次
空間氣氛的氣氛總和	4.3	4.4	4.1	2-5 次

資料來源：本研究整理

3. 「停留時間」方面

30 分鐘內(14 人, 14.3%)、30-60 分鐘(50 人, 51%)、60-120 分鐘(20 人, 20.4%)、120 分鐘以上(14 人, 14.3%)。

停留時間「30-60」分鐘的受試者，對於空間感受多高於其他停留時間；「120 分鐘」的受試者空間感受低於「30 分鐘內」。

表 21 玉山旅社之停留時間氣氛量表

停留時間	30	30-60	60-120	120	最高
座位區的氣氛總和	4.1	4.4	4.3	4.2	30-60
櫃檯區的氣氛總和	4.2	4.3	4.0	3.9	30-60
地板的氣氛總和	4.5	4.4	4.2	4.2	30
牆面的氣氛總和	4.4	4.3	4.0	4.4	30、120
天花板的氣氛總和	4.4	4.4	4.2	4.0	30、30-60
燈光的氣氛總和	4.2	4.1	4.1	4.1	30
色彩的氣氛總和	4.3	4.3	4.1	4.2	30、30-60
空間氣氛的氣氛總和	4.4	4.3	4.3	4.2	30

資料來源：本研究整理

4. 「所屬色系」

棕色系(18 人, 18.4%)、橙色系(26 人, 26.5%)、黃色系(26 人, 26.5%)、綠色系(22 人, 22.4%)、藍色系(1 人, 2.1%)、灰色系(4 人, 4.1%)。

圖 125 得知玉山旅社的色系為橙色與黃色系，使消費者有老舊的與歷史性的空間感受。

表 22 玉山旅社之所屬色系氣氛量表

色彩	歷史性的	在地化的	延續的	友善的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的	空間感受為
紅色系	-	-	-	-	-	-	-
棕色系	4.7	4.6	4.6	4.7	4.7	4.4	歷史性的、友善的、老舊的
橙色系	4.2	4.2	4.2	4.3	4.2	4.3	友善的、 會讓您想起小時候的老屋的
黃色系	4.1	4.1	4.0	4.2	4.3	3.9	老舊的
綠色系	4.5	4.3	4.3	4.1	4.2	3.8	歷史性的
藍色系	4.0	3.0	5.0	5.0	5.0	5.0	(樣本數過少, 不列入討論)
紫色系	-	-	-	-	-	-	-
灰色系	4.0	3.5	4.0	3.5	3.5	3.5	歷史性的、延續的
黑色系	-	-	-	-	-	-	-
白色系	-	-	-	-	-	-	-

資料來源：本研究整理

(三) 個人屬性與空間偏好分析

1. 個人屬性與色系之分析

(1) 「性別」與「色系」分析

棕色系的女性人數為 10，男性為 8 人；橙色系的女性人數為 24 人，男性人數為 2 人；黃色系的女性人數為 14 人，男性人數為 12 人；綠色系的女性人數為 12 人，男性為 10 人；藍色系的女性人數為 0 人，男性為 2 人；灰色系的女性人數為 2 人，男性為 2 人。女性認為玉山旅社為「橙色系」，男性則認為是「黃色系」。

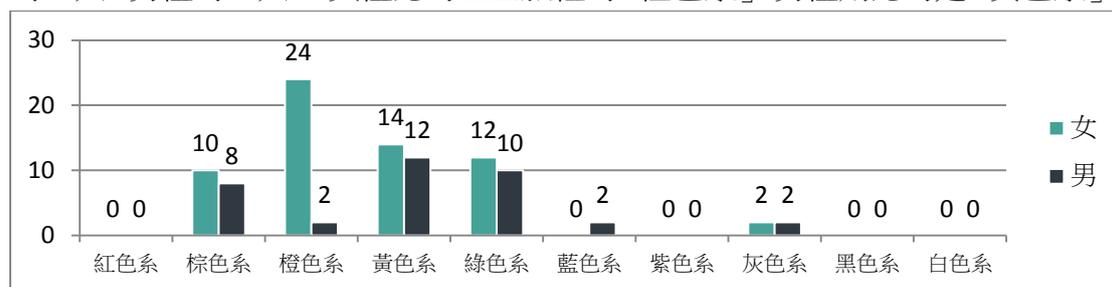


圖 126 玉山旅社之性別與色系長條圖

(2) 「年齡」與「色系」分析

玉山旅社各年齡的受試者中，20 歲以下受試者認為是「黃色系」；21-30 歲受試者認為是「綠色系」；31-40 歲受試者認為是「橙色系」；41-50 歲的受試者無明顯差異；50 歲以上受試者認為是「黃色系」。

表 23 玉山旅社之年齡與色系

	紅	棕	橙	黃	綠	藍	紫	灰	黑	白
20	-	2	2	10	-	-	-	-	-	-
21-30	-	10	14	8	16	-	-	2	-	-
31-40	-	4	8	2	4	2	-	-	-	-
41-50	-	2	2	2	2	-	-	-	-	-
50	-	-	-	4	-	-	-	2	-	-

資料來源：本研究整理

(3) 「教育程度」與「色系」分析

玉山旅社的受試者中，教育程度「高中職」族群認為是「黃色系」；「大專院校」族群認為「橙色系」；「研究所」族群認為是「綠色系」。

表 24 玉山旅社之教育程度與色系

	紅	棕	橙	黃	綠	藍	紫	灰	黑	白
國中(含)以下	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-
高中職	-	-	-	4	2	-	-	-	-	-
大專院校	-	14	22	18	14	-	-	4	-	-
研究所	-	4	2	4	6	2	-	-	-	-

資料來源：本研究整理

(4) 「專業背景」與「色系」分析

玉山旅社的受試者中，美學專業者認為是「綠色系」；教育、其他專業者認為是「橙色系」；無專業者則認為是「黃色系」。

表 25 玉山旅社之專業背景與色系

	紅	棕	橙	黃	綠	藍	紫	灰	黑	白
空間專業背景	-	2	-	-	2	-	-	-	-	-
美學專業背景	-	-	-	2	6	-	-	-	-	-
教育專業背景	-	4	8	-	6	-	-	-	-	-
其他專業背景	-	2	8	6	6	2	-	2	-	-
無專業背景	-	10	10	18	2	-	-	2	-	-

資料來源：本研究整理

2. 個人屬性與老屋初始印象之分析

(1) 「年齡」與「老屋初始印象」分析

玉山旅社受試者中，各年齡層對老屋初始印象，「20歲以下」多為「自己的老家」；「21-30歲」多為「類似本店的地方」；「31-40歲」多為「自己的老家」；「41-50歲」與「51歲以上」無明顯差異。

表 26 玉山旅社之年齡與老屋初始印象

	電視、報章雜誌、書籍網路上	自己的老家	類似本店的地方	小時候拜訪的長輩家	戶外參訪	其他
20	2	6	2	2	2	-
21-30	12	8	14	8	4	4
31-40	4	8	2	6	-	-
41-50	2	2	2	-	2	-
51	-	2	2	2	-	-

資料來源：本研究整理

(2) 「居住地」與「老屋初始印象」分析

玉山旅社的受試者中，居住地對老屋初始印象，「北部」多為「自己的老家」；「中部」為「電視、章雜誌、書籍網路上」、「自己的老家」；「嘉義縣」多為「類似本店的地方」；「嘉義市」多為「類似本店的地方」與「小時候拜訪的長輩家」；「南部」多為「自己的老家」；「其他」地區則為「電視、章雜誌、書籍網路上」。

表 27 玉山旅社之居住地與老屋初始印象

	電視、章雜誌、 書籍網路上	自己的老家	類似本店的地方	小時候拜訪 的長輩家	戶外參訪	其他
北部	2	8	4	4	2	2
中部	6	6	-	-	-	-
嘉義縣	2	2	4	-	2	2
嘉義市	4	2	8	8	2	-
南部	4	8	6	6	2	-
其他	2	-	-	-	-	-

資料來源：本研究整理

3. 個人屬性與空間要素之分析

(1) 「專業背景」與「空間要素」分析

玉山旅社的受試者中「空間專業背景」的族群認為「燈光、照明氣氛」為空間要素；「美學專業背景」認為「整體色彩；燈光、照明氣氛；牆面設計」為空間要素；「教育專業背景」認為「擺設品」為空間要素；「其他專業背景」與「無專業背景」認為「燈光、照明氣氛」為空間要素。

表 28 玉山旅社之專業背景與空間要素

	桌椅樣式	整體色彩	燈光、照明氣氛	天花板設計	擺設品	地板設計	牆面設計	其他
空間專業背景	2	2	4	-	2	-	2	-
美學專業背景	2	6	6	-	2	-	6	2
教育專業背景	4	8	10	6	12	6	8	-
其他專業背景	8	8	24	2	16	8	10	2
無專業背景	24	10	32	2	26	16	16	-

資料來源：本研究整理

第二節、Come Home 咖啡漫步 分析資料

一、基礎調查結果

(一) 受試者基本資料

此部分將說明受試者基本資料，包括：「性別」、「年齡」、「教育程度」、「專業背景」、「居住地」五種變項，共計五題。本研究之有效樣本共 94 份，經統計後，人口統計變項分布情形如下：

1. 性別

在調查的 94 份問卷中，Come Home 咖啡漫步男性的受訪人有 23 位，佔樣本數的 24%；女性的受訪人有 71 位，佔樣本數的 76%。顯示受試者中女性多於男性超過兩倍之多。

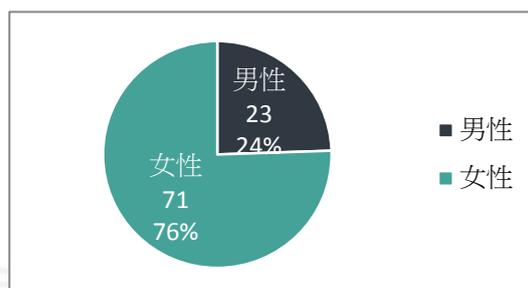


圖 127 Come Home 咖啡漫步性別圓餅圖

2. 年齡

在調查的 94 份問卷中，Come Home 咖啡漫步 20 歲以下 9 人，佔樣本數的 9.6%；21-30 歲 62 人，佔樣本數的 66%；31-40 歲 15 人，佔樣本數 16%；41-50 歲 8 人，占樣本數 8.5%；51 歲以上 0 人，佔樣本數 0%。顯示受試者中 21-30 歲的消費者為大宗。

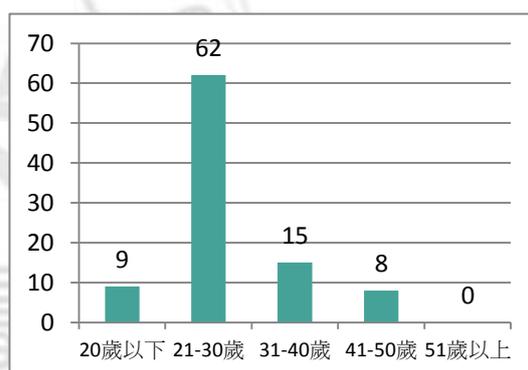


圖 128 Come Home 咖啡漫步年齡長條圖

3. 教育程度

在調查的 94 份問卷中，Come Home 咖啡漫步教育程度國中（含）以下為 3 人，佔樣本數的 3.2%；高中職為 8 人，佔樣本數的 8.5%；大專院校為 70 人，佔樣本數 74.5%；研究所為 13 人，佔樣本數的 13.8%。顯示受試者中以大專院校的消費者居多。

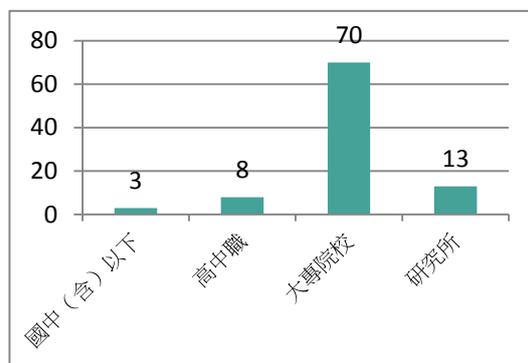


圖 129 Come Home 咖啡漫步教育程度長條圖

4. 專業背景

在調查的 94 份問卷中，將專業背景分類，Come Home 咖啡漫步，有 11 人具有空間專業背景，佔樣本數的 12%；有 7 人具有美學專業背景，佔樣本數的 7%；有 4 人具有教育專業背景，佔樣本數的 4%；有 21 人為其他，佔樣本數的 22%；有 51 人為無專業背景，佔樣本數的 54%。

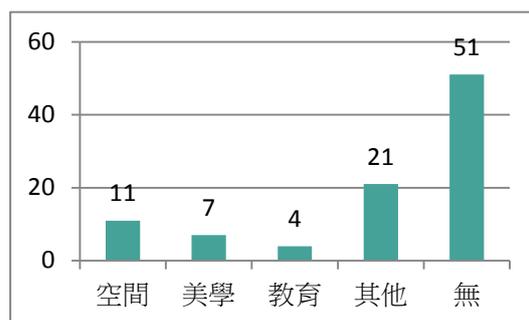


圖 130 Come Home 咖啡漫步專業背景長條圖

5. 居住地

在調查的 94 份問卷中，Come Home 咖啡漫步北部的消費者為 13 人，佔總樣本數的 13.8%；中部的消費者為 12 人，佔樣本數的 12.8%；嘉義縣的消費者為 24 人，佔樣本數的 25.5%；嘉義市的消費者為 27 人，佔樣本數的 28.7%；南部的消費者為 18 人，佔樣本數的 19.1%；其他地區的消費者為 0 人，佔樣本數的 0%。顯示受試者中在地的消費者居多，嘉義縣與嘉義市的消費者為 51 人，其他地區總合為 43 人。

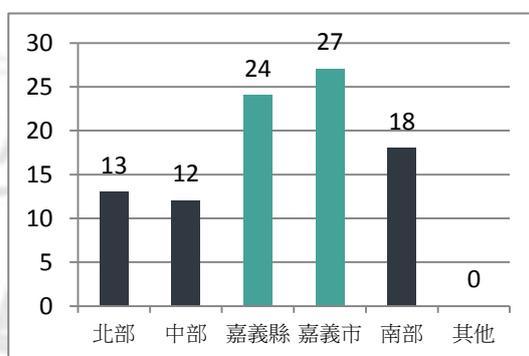


圖 131 Come Home 咖啡漫步居住地長條圖

(二) 空間基本調查

1. 老屋初始印象

在調查的 94 份問卷中，Come Home 咖啡漫步的受試者對與「老屋」初始印象來自於「電視、報章雜誌、書籍網路上」有 10 人，佔樣本數的 10.6%；「自己的老家」有 25 人，佔樣本數的 26.6%；「類似本店的地方」有 30 人，佔樣本數的 31.9%；「小時候拜訪的長輩家」有 21 人，佔樣本數的 23.3%；「戶外參訪」有 4 人，佔樣本數的 4.3%，「其他」有 4 人，佔樣本數的 4.3%。顯示受是對於「老屋」的印象多為「類似本店的地方」，老屋活化深深影響著人的認知。

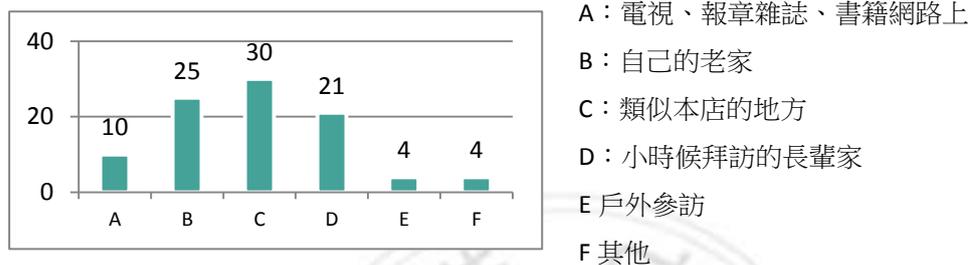


圖 132 Come Home 咖啡漫步老屋初始印象長條圖

2. 空間三要素

在調查的 94 份問卷中，Come Home 咖啡漫步的受試者認為空間中最重要三要素分別為：

- (1) 燈光、照明氣氛在 94 份樣本中提到次數 74 (26%)。
- (2) 整體色彩在 94 份樣本中提到次數 66 (23%)
- (3) 擺設品在 94 份樣本中提到次數 42 (15%)。
- (4) 牆面設計在 94 份樣本中提到次數 36 (13%)。
- (5) 桌椅樣式在 94 份樣本中提到次數 33 (12%)。
- (6) 天花板設計在 94 份樣本中提到次數 14 (5%)。
- (7) 地板設計在 94 份樣本中提到次數 13 (5%)。
- (8) 其他在 94 份樣本中提到次數 4 (1%)。

顯示整體空間內最重要的元素為「燈光、照明氣氛」、「整體色彩」、「擺設品」。

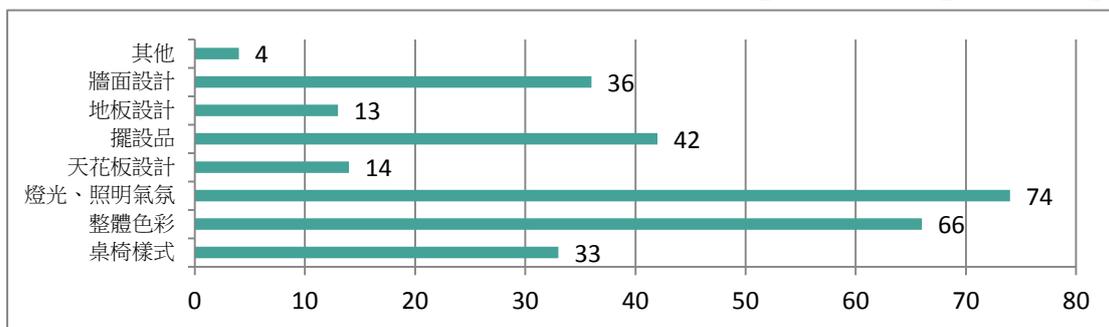


圖 133 Come Home 咖啡漫步空間要素長條圖

3. 到訪次數

在調查的 94 份問卷中，Come Home 咖啡漫步的受試者中，第一次到訪本店的人數為 36 人，佔樣本數的 38%；2-5 次的人數為 43 人，佔樣本數的 46%；6（含）次以上為 15 人，佔樣本數的 16%。顯示多次到訪的消費者多於第一次到訪的消費者。

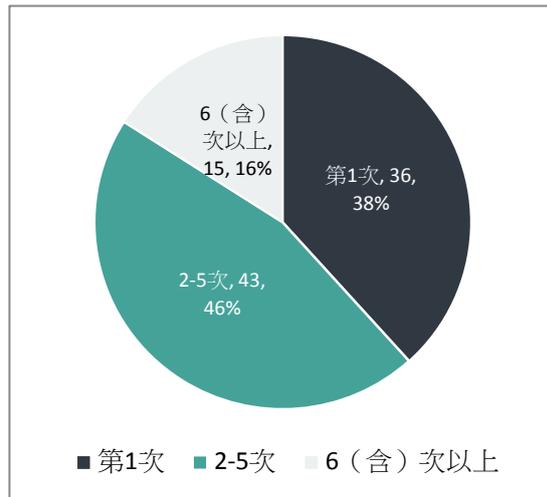


圖 134 Come Home 咖啡漫步到訪次數圓餅圖

4. 停留時間

在調查的 94 份問卷中，Come Home 咖啡漫步的受試者停留時間「30 分鐘內」為 0 人，佔樣本數的 0%；「30-60 分鐘」為 23 人，佔樣本數的 24.5%；「60-120 分鐘」為 51 人，佔樣本數 54.3%，「120 分鐘以上」為 20 人，佔樣本數 21.3%。

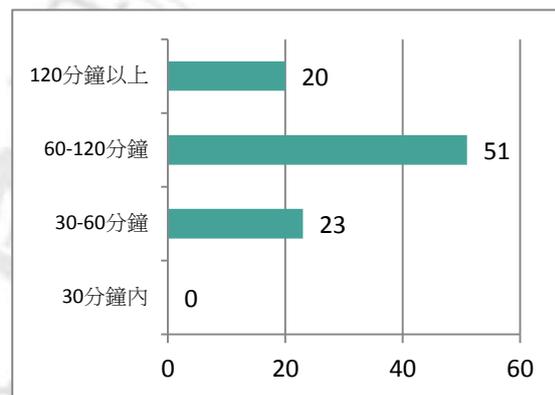


圖 135 Come Home 咖啡漫步停留時間長條圖

5. 所屬色系

在調查的 94 份問卷中，Come Home 咖啡漫步的受試者，有 23 人（24.5%）認為是棕色系；1 人（1.1%）認為是橙色系；9 人（9.6%）認為是黃色系；1 人（1.1%）認為是紫色系；8 人（8.5%）認為是灰色系；52 人（55.3%）認為是白色系。顯示大部分受試者認為 Come Home 咖啡漫步的色彩屬於白色。

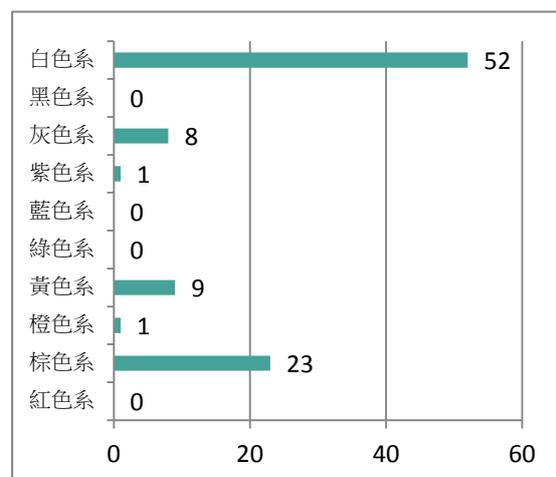


圖 136 Come Home 咖啡漫步所屬色系長條圖

二、空間印象分析

表 29 Come Home 咖啡漫步空間氣氛量表

	回到家的	安靜的	平靜的	沉穩的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的	最終空間氣氛
座位區	3.7	4.2	4.3	4.3	3.9	3.6	平靜的、沉穩的
櫃檯區	3.4	3.9	4.1	4.2	3.7	3.3	沉穩的
地板	3.9	4.2	4.2	4.3	3.9	3.9	沉穩的
牆面	3.7	4.1	4.3	4.2	3.8	3.5	沉穩的
天花板	3.6	4.1	4.1	4.2	4.0	3.8	沉穩的
燈光	3.9	4.3	4.4	4.3	3.8	3.7	平靜的
色彩	4.0	4.3	4.4	4.3	3.9	3.7	平靜的
空間氣氛	4.1	4.2	4.4	4.3	3.8	3.7	平靜的

資料來源：本研究整理

Come Home 咖啡漫步的空間氣氛：

- | | |
|----------------------|---------|
| (1) 座位區的空間氣氛是讓人覺得 | 平靜的、沉穩的 |
| (2) 櫃檯區的空間氣氛是讓人覺得 | 沉穩的 |
| (3) 地板的視覺效果是讓人覺得 | 沉穩的 |
| (4) 牆面的視覺效果是讓人覺得 | 沉穩的 |
| (5) 天花板的視覺效果是讓人覺得 | 沉穩的 |
| (6) 燈光照明的氣氛效果是讓人覺得 | 平靜的 |
| (7) 空間整體的色彩視覺效果是讓人覺得 | 平靜的 |
| (8) 整間店的空間氣氛是讓人覺得 | 平靜的 |

座位區的空间氣氛讓人覺得是平靜的（4.3）與沉穩的（4.3）空間感受，回到家的（3.7）空間氣氛感受較低。

櫃檯區的空间氣氛讓人覺得是沉穩的（4.2）空間感受，回到家的（3.4）空間氣氛感受較低。

地板的視覺感受是沉穩的（4.3）感受，回到家的（3.9）空間氣氛感受較低。

牆面的視覺感受是沉穩的（4.3）感受，回到家的（3.7）空間氣氛感受較低。

天花板的視覺感受是沉穩的（4.2）感受，回到家的（3.6）空間氣氛感受較低。

燈光照明的氣氛是平靜的（4.4）感受，回到家的（3.9）空間氣氛感受較低。

空間整體的色彩氣氛是平靜的（4.4）感受，回到家的（4.0）空間氣氛感受較低。

整間店的空間氣氛是平靜的（4.4）感受，回到家的（4.1）氣氛較其他感受低。

而「老舊的」與「會讓您想起小時候的老屋的」感受都在「尚可」的分數裡，唯有天花板的「老舊的」感受到達「同意」。

三、族群空間偏好分析

依據上述資料分析空間氣氛量表之關係：

(一) 個人屬性變項與空間印象之差異性

1. 「性別」方面：

Come Home 咖啡漫步的空間氣氛「兩性」比較：

「女性」(71 人, 76%) 與「男性」(23 人, 24%) 的空間氣氛感受：

- 在座位區的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「平靜的、沉穩的」；男性認為是「安靜的」感受。
- 櫃檯區的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「平靜的、沉穩的」；男性認為只是「沉穩的」感受。
- 地板的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「沉穩的」；男性認為是「安靜的」感受。
- 牆面的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「平靜的」；男性認為是「安靜的、沉穩的」感受。
- 天花板的感受，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「沉穩的」；男性認為是「安靜的、平靜的」感受。
- 燈光的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「平靜的」；男性認為是「安靜的」感受。
- 色彩的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「平靜的」；男性認為是「沉穩的」感受。
- 空間氣氛的感受中，「平靜的」感受女性 (4.5) 較男性 (4.0) +0.5；「沉穩的」感受女性較男性+0.5，其餘感受差距低於 0.5。女性認為是「平靜的」感受；男性認為是「回到家的、安靜的、平靜的」。

同樣的空間裡女性的感受與男性有所差異，對於 Come Home 咖啡漫步的形容詞「平靜的、安靜的」的認知有所差異，而「沉穩的」認知較為相同。

表 30 Come Home 咖啡漫步之性別氣氛量表

空間形容詞	性別	回到家的	安靜的	平靜的	沉穩的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的	最終空間氣氛
座位區	女	3.7	4.3	4.4	4.4	3.9	3.6	平靜的、沉穩的
	男	3.7	4.1	4.0	4.0	3.9	3.4	安靜的
櫃檯區	女	3.4	4.1	4.2	4.2	3.7	3.4	平靜的、沉穩的
	男	3.6	3.6	3.8	4.0	3.7	3.2	沉穩的
地板	女	3.8	4.2	4.2	4.3	3.9	3.9	沉穩的
	男	4.1	4.3	4.2	4.2	4.0	3.8	安靜的
牆面	女	3.7	4.1	4.3	4.2	3.7	3.5	平靜的
	男	3.8	4.2	4.1	4.2	3.8	3.5	安靜的、沉穩的
天花板	女	3.5	4.1	4.2	4.3	4.0	3.7	沉穩的
	男	3.9	4.0	4.0	3.9	4.1	3.9	安靜的、平靜的
燈光	女	4.0	4.3	4.4	4.3	3.7	3.7	平靜的
	男	3.8	4.4	4.3	4.2	4.1	3.8	安靜的
色彩	女	4.1	4.3	4.5	4.3	3.8	3.7	平靜的
	男	3.7	4.1	4.2	4.3	4.0	3.6	沉穩的
空間氣氛	女	4.1	4.3	4.5	4.4	3.7	3.7	平靜的
	男	4.0	4.0	4.0	3.9	3.9	3.7	回到家的、安靜的、平靜的

資料來源：本研究整理

2. 「年齡」方面：

20 歲以下 (9 人, 9.6%)、21-30 歲 (62 人, 66%)、31-40 歲 (15 人, 16%)、41-50 歲 (8 人, 8.5%)、51 歲以上 (0 人, 0%) 年齡與空間氣氛感受：

- 座位區：
20 歲以下的受試者認為是「平靜的」感受；21-30 歲認為是「平靜的」的感受；31-40 歲認為是「沉穩的」感受；41-50 歲認為是「沉穩的」感受。
- 櫃檯區：
20 歲以下的受試者認為是「安靜的、平靜的、沉穩的」感受；21-30 歲認為是「平靜的」的感受；31-40 歲認為是「沉穩的」感受；41-50 歲認為是「平靜的」感受。
- 地板：
20 歲以下的受試者認為是「安靜的、平靜的、沉穩的」感受；21-30 歲認為是「沉穩的」的感受；31-40 歲認為是「沉穩的」感受；41-50 歲認為是「平靜的」感受。

- 牆面：
20 歲以下的受試者認為是「沉穩的」感受；21-30 歲認為是「平靜的」的感受；31-40 歲認為是「沉穩的」感受；41-50 歲認為是「安靜的」感受。
- 天花板：
20 歲以下的受試者認為是「平靜的」感受；21-30 歲認為是「沉穩的」的感受；31-40 歲認為是「安靜的、沉穩的」感受；41-50 歲認為是「平靜的」感受。
- 燈光氣氛：
20 歲以下的受試者認為是「安靜的、平靜的」感受；21-30 歲認為是「平靜的」的感受；31-40 歲認為是「沉穩的」感受；41-50 歲認為是「平靜的」感受。
- 色彩：
20 歲以下的受試者認為是「沉穩的」感受；21-30 歲認為是「平靜的」的感受；31-40 歲認為是「安靜的、沉穩的」感受；41-50 歲認為是「平靜的」感受。
- 整體空間氣氛：
20 歲以下的受試者認為是「沉穩的」感受；21-30 歲認為是「平靜的」的感受；31-40 歲認為是「沉穩的」感受；41-50 歲認為是「回到家的」感受。

表 31 Come Home 咖啡漫步之年齡氣氛量表

空間形容詞	年齡	回到家的	安靜的	平靜的	沉穩的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	20	4.1	4.4	4.6	4.4	3.9	3.6
	21-30	3.7	4.2	4.4	4.3	4.0	3.5
	31-40	3.5	3.9	3.8	4.1	3.7	3.5
	41-50	4.1	4.4	4.3	4.6	3.5	4.0
	50	-	-	-	-	-	-
櫃檯區	20	3.8	4.0	4.0	4.0	3.7	3.4
	21-30	3.4	4.0	4.2	4.3	3.8	3.4
	31-40	3.2	3.6	3.6	3.8	3.5	3.0
	41-50	3.8	3.8	4.0	3.9	3.6	3.6
	50	-	-	-	-	-	-
地板	20	4.2	4.6	4.6	4.6	3.8	3.7
	21-30	3.9	4.2	4.3	4.3	3.9	3.7
	31-40	3.4	3.9	3.5	3.9	3.8	3.9
	41-50	4.5	4.8	4.6	4.4	4.3	4.3
	50	-	-	-	-	-	-

空間形容詞	年齡	回到家的	安靜的	平靜的	沉穩的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
牆面	20	3.8	4.3	4.8	4.9	3.9	3.3
	21-30	3.6	4.1	4.3	4.1	3.7	3.5
	31-40	3.6	3.7	3.8	3.9	3.8	3.4
	41-50	4.4	4.8	4.6	4.6	4.0	4.1
	50	-	-	-	-	-	-
天花板	20	3.8	4.3	4.8	4.7	3.9	4.1
	21-30	3.6	4.1	4.2	4.3	4.1	3.7
	31-40	3.1	3.7	3.3	3.7	4.0	3.8
	41-50	4.5	4.5	4.6	4.4	4.0	4.4
	50	-	-	-	-	-	-
燈光	20	3.9	4.4	4.4	4.3	4.1	3.4
	21-30	3.9	4.3	4.5	4.3	3.8	3.7
	31-40	3.9	3.9	3.7	4.0	3.7	3.5
	41-50	4.3	4.8	4.9	4.4	4.3	4.5
	50	-	-	-	-	-	-
色彩	20	4.2	4.4	4.7	4.8	3.7	3.4
	21-30	3.9	4.2	4.5	4.2	3.8	3.7
	31-40	3.9	4.2	3.7	4.2	4.0	3.5
	41-50	4.4	4.6	4.8	4.4	4.5	4.3
	50	-	-	-	-	-	-
	20	4.3	4.6	4.6	4.7	3.9	3.4
	21-30	4.0	4.2	4.5	4.3	3.7	3.6
	31-40	3.9	4.0	3.7	4.2	3.9	3.8
	41-50	4.6	4.1	4.4	4.1	4.0	4.5
	50	-	-	-	-	-	-

資料來源：本研究整理

3. 「教育程度」方面：

國中(含)以下(3人, 3.2%)、高中職(8人, 8.5%)、大專院校(70人, 74.5%)、研究所(13人, 13.8%)與空間氣氛感受：

- 座位區：
教育程度「高中職」族群認為是「安靜的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。
- 櫃檯區：
教育程度「高中職」族群認為是「安靜的、沉穩的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「平靜的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「沉穩的」感受。
- 地板：
教育程度「高中職」族群認為是「沉穩的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「沉穩的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「沉穩的」感受。
- 牆面：
教育程度「高中職」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「平靜的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。
- 天花板：
教育程度「高中職」族群認為是「安靜的、平靜的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「沉穩的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「沉穩的」感受。
- 燈光氣氛：
教育程度「高中職」族群認為是「平靜的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「平靜的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「沉穩的」感受。
- 色彩：
教育程度「高中職」族群認為是「平靜的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「平靜的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「安靜的、平靜的、沉穩的」感受。
- 整體空間氣氛：
教育程度「高中職」族群認為是「沉穩的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「平靜的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「安靜的、平靜的」感受，但對於「沉穩的」空間感受也有 4.3，較前面兩者-0.1 而已。

表 32 Come Home 咖啡漫步之教育程度氣氛量表

空間形容詞	教育程度	回到家的	安靜的	平靜的	沉穩的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	國中(含)以下	3.0	4.3	4.7	4.7	4.3	3.7
	高中職	4.5	4.6	4.4	4.3	3.5	3.8
	大專院校	3.7	4.2	4.3	4.3	4.0	3.6
	研究所	3.8	4.3	4.5	4.5	3.8	3.2
櫃檯區	國中(含)以下	3.7	5.0	5.0	4.3	4.0	2.7
	高中職	3.8	4.0	3.9	4.0	3.1	3.8
	大專院校	3.4	3.9	4.1	4.2	3.8	3.4
	研究所	3.5	4.1	4.1	4.4	3.5	3.0
地板	國中(含)以下	3.3	4.3	4.7	4.0	4.3	3.9
	高中職	4.5	4.4	4.3	4.6	3.9	4.4
	大專院校	3.8	4.2	4.2	4.3	4.0	3.6
	研究所	3.7	4.0	4.0	4.2	3.5	3.6
牆面	國中(含)以下	3.7	4.7	4.7	5.0	4.7	2.7
	高中職	3.9	4.3	4.6	4.6	3.8	4.0
	大專院校	3.7	4.0	4.2	4.1	3.8	3.5
	研究所	3.8	4.2	4.3	4.3	3.5	3.2
天花板	國中(含)以下	3.0	4.0	4.7	4.7	4.0	4.3
	高中職	4.1	4.6	4.6	4.5	4.0	4.4
	大專院校	3.6	4.1	4.1	4.2	4.1	3.7
	研究所	3.5	3.9	3.9	4.2	3.8	3.6
燈光	國中(含)以下	4.0	4.7	4.7	4.3	4.0	2.3
	高中職	4.0	4.5	4.8	4.5	4.3	4.3
	大專院校	4.0	4.3	4.4	4.2	3.9	3.8
	研究所	3.8	4.2	4.2	4.5	3.3	3.2
色彩	國中(含)以下	3.3	4.7	5.0	4.7	3.3	2.3
	高中職	4.4	4.5	4.9	4.6	4.0	4.3
	大專院校	4.0	4.2	4.3	4.2	3.9	3.7
	研究所	3.9	4.3	4.3	4.3	3.5	3.4
空間氣氛	國中(含)以下	4.0	5.0	5.0	5.0	3.7	2.7
	高中職	4.5	4.5	4.5	4.6	4.1	4.1
	大專院校	4.1	4.1	4.3	4.2	3.8	3.8
	研究所	4.1	4.4	4.4	4.3	3.4	3.3

資料來源：本研究整理

4. 「專業背景」方面：

空間專業（11人，12%）、美學專業（7人，7%）、教育專業（4人，4%）、其他專業（21人，22%）、無專業（51人，54%）與空間氣氛感受：

● 座位區：

「空間專業」族群認為是「平靜的」感受。

「美學專業」族群認為是「回到家的」感受。

「教育專業」族群認為是「沉穩的」感受。

「其他專業」族群認為是「平靜的」感受。

「無專業」族群認為是「安靜的、沉穩的」感受。

● 櫃檯區：

「空間專業」族群認為是「安靜的、平靜的、沉穩的」感受。

「美學專業」族群認為是「沉穩的」感受。

「教育專業」族群認為是「沉穩的」感受。

「其他專業」族群認為是「沉穩的」感受。

「無專業」族群認為是「沉穩的」感受。

● 地板：

「空間專業」族群認為是「沉穩的」感受。

「美學專業」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。

「教育專業」族群認為是「安靜的、平靜的、沉穩的」感受。

「其他專業」族群認為是「平靜的、沉穩的、老舊的」感受。

「無專業」族群認為是「安靜的、沉穩的」感受。

● 牆面：

「空間專業」族群認為是「平靜的」感受。

「美學專業」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。

「教育專業」族群認為是「安靜的」感受。

「其他專業」族群認為是「平靜的」感受。

「無專業」族群認為是「平靜的」感受。

● 天花板：

「空間專業」族群認為是「安靜的、平靜的」感受。

「美學專業」族群認為是「回到家的、平靜的、沉穩的」感受。

「教育專業」族群認為是「回到家的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。

「其他專業」族群認為是「沉穩的」感受。

「無專業」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。

- 燈光氣氛：
 - 「空間專業」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「安靜的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「平靜的」感受。

- 色彩：
 - 「空間專業」族群認為是「安靜的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「回到家的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「安靜的、平靜的」感受。

- 整體空間氣氛：
 - 「空間專業」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「回到家的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「平靜的」感受。

表 33 Come Home 咖啡漫步之專業背景氣氛量表

空間形容詞	專業背景	回到家的	安靜的	平靜的	沉穩的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	空間專業	3.5	4.5	4.6	4.5	4.0	3.5
	美學專業	4.4	3.9	4.0	4.1	3.7	3.4
	教育專業	2.8	3.3	4.0	4.3	2.5	2.0
	其他	3.7	4.0	4.3	4.2	4.0	3.8
	無	3.8	4.4	4.3	4.4	4.0	3.6
櫃檯區	空間專業	3.8	4.5	4.5	4.5	3.8	3.5
	美學專業	3.9	3.6	3.6	4.3	3.6	3.6
	教育專業	2.3	2.8	3.0	3.8	2.3	1.8
	其他	3.3	3.8	4.1	4.0	3.6	3.1
	無	3.4	4.1	4.1	4.2	3.9	3.5
地板	空間專業	3.8	4.4	4.4	4.5	3.6	3.8
	美學專業	3.9	3.7	4.0	4.0	3.7	3.9
	教育專業	3.0	3.8	3.8	3.8	3.0	2.8
	其他	4.0	4.0	4.1	4.1	4.1	4.3
	無	3.9	4.4	4.3	4.4	4.0	3.8
牆面	空間專業	3.8	4.4	4.5	4.4	3.7	3.5

空間形容詞	專業背景	回到家的	安靜的	平靜的	沉穩的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
	美學專業	4.0	4.0	4.1	4.1	3.4	3.3
	教育專業	3.0	3.5	3.3	3.3	2.5	2.3
	其他	3.5	4.0	4.1	4.0	3.9	3.8
	無	3.8	4.1	4.4	4.3	3.9	3.5
天花板	空間專業	3.5	4.5	4.5	4.3	4.1	3.7
	美學專業	3.9	3.6	3.9	3.9	3.7	3.6
	教育專業	3.0	2.8	2.8	2.8	3.3	3.3
	其他	3.3	3.8	3.8	4.3	4.0	3.9
	無	3.7	4.3	4.4	4.4	4.1	3.8
燈光	空間專業	4.0	4.5	4.6	4.5	4.0	3.5
	美學專業	4.0	4.3	3.9	4.0	3.1	3.1
	教育專業	3.3	3.8	4.0	4.0	2.8	2.0
	其他	3.8	4.3	4.4	4.4	4.0	4.0
	無	4.0	4.3	4.5	4.2	3.9	3.8
色彩	空間專業	4.0	4.5	4.6	4.5	3.8	3.6
	美學專業	4.3	3.9	4.0	4.1	3.6	3.4
	教育專業	3.5	3.8	4.0	3.8	2.5	2.5
	其他	3.8	4.2	4.4	4.2	4.1	3.9
	無	4.0	4.4	4.4	4.3	3.9	3.7
空間氣氛	空間專業	4.0	4.5	4.6	4.7	3.7	3.6
	美學專業	4.6	4.0	4.1	3.9	3.6	3.4
	教育專業	3.3	3.3	3.8	3.8	2.0	2.0
	其他	3.9	4.1	4.3	4.3	4.0	4.0
	無	4.2	4.3	4.4	4.3	3.9	3.8

資料來源：本研究整理

5. 「居住地」方面：

北部（13人，13.8%）、中部（12人，12.8%）、嘉義縣（24人，25.5%）、嘉義市（27人，28.7%）、南部（18人，19.1%）、其他（0人，0%）的居住地與空間氣氛感受：

- 座位區：
 - 「北部」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「中部」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「南部」族群認為是「沉穩的」感受。
- 櫃檯區：
 - 「北部」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「中部」族群認為是「安靜的、平靜的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「南部」族群認為是「沉穩的」感受。
- 地板：
 - 「北部」族群認為是「安靜的」感受。
 - 「中部」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。
 - 「南部」族群認為是「沉穩的」感受。
- 牆面：
 - 「北部」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「中部」族群認為是「安靜的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「南部」族群認為是「平靜的」感受。
- 天花板：
 - 「北部」族群認為是「安靜的、老舊的」感受。
 - 「中部」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「安靜的、平靜的、沉穩的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。
 - 「南部」族群認為是「沉穩的」感受。

- 燈光氣氛：
 - 「北部」族群認為是「安靜的」感受。
 - 「中部」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「安靜的、平靜的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「南部」族群認為是「安靜的、平靜的、沉穩的」感受。
- 色彩：
 - 「北部」族群認為是「安靜的、沉穩的」感受。
 - 「中部」族群認為是「安靜的、平靜的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「南部」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。
- 整體空間氣氛：
 - 「北部」族群認為是「回到家的」感受。
 - 「中部」族群認為是「回到家的、平靜的、沉穩的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「南部」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。

表 34 Come Home 咖啡漫步之居住地氣氛量表

空間形容詞	居住地	回到家的	安靜的	平靜的	沉穩的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	北部	3.8	4.1	3.9	4.2	4.0	3.8
	中部	4.0	4.3	4.3	4.4	3.8	3.7
	嘉義縣	4.0	4.3	4.4	4.2	3.6	3.7
	嘉義市	3.4	4.3	4.5	4.4	4.2	3.3
	南部	3.7	4.2	4.3	4.4	4.0	3.5
	其他	-	-	-	-	-	-
櫃檯區	北部	3.5	3.5	3.6	3.8	3.7	3.0
	中部	4.1	4.4	4.4	4.3	4.0	3.9
	嘉義縣	3.5	4.0	4.2	4.3	3.4	3.4
	嘉義市	3.1	4.0	4.2	4.3	3.9	3.1
	南部	3.2	3.8	3.9	4.0	3.8	3.3
	其他	-	-	-	-	-	-
地板	北部	3.8	4.2	3.8	4.0	3.9	3.7
	中部	4.5	4.5	4.6	4.5	4.0	4.0
	嘉義縣	3.7	4.1	4.1	4.2	3.7	3.9
	嘉義市	3.7	4.3	4.4	4.4	4.1	3.9

空間形容詞	居住地	回到家的	安靜的	平靜的	沉穩的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
	南部	4.0	4.1	4.2	4.3	4.1	3.8
	其他	-	-	-	-	-	-
牆面	北部	3.6	3.8	3.8	4.0	3.8	3.4
	中部	3.9	4.4	4.4	4.3	4.2	3.8
	嘉義縣	4.1	4.3	4.3	4.2	3.6	3.4
	嘉義市	3.5	3.9	4.4	4.1	3.5	3.3
	南部	3.3	4.1	4.4	4.3	4.1	3.8
	其他	-	-	-	-	-	-
天花板	北部	3.2	3.8	3.3	3.7	4.0	3.5
	中部	4.2	4.5	4.5	4.7	4.2	4.1
	嘉義縣	3.7	4.2	4.2	4.2	3.9	3.8
	嘉義市	3.5	4.2	4.3	4.3	4.2	3.6
	南部	3.5	3.8	4.2	4.3	4.0	4.0
	其他	-	-	-	-	-	-
燈光	北部	3.6	4.2	4.1	4.1	3.8	3.6
	中部	4.1	4.4	4.4	4.5	4.1	3.9
	嘉義縣	4.1	4.5	4.5	4.4	3.8	3.7
	嘉義市	4.0	4.1	4.5	4.1	3.5	3.4
	南部	3.8	4.3	4.3	4.3	4.1	4.1
	其他	-	-	-	-	-	-
色彩	北部	3.7	4.2	3.7	4.2	4.0	3.7
	中部	3.9	4.6	4.6	4.5	4.2	3.7
	嘉義縣	4.2	4.4	4.6	4.3	3.6	3.6
	嘉義市	3.9	4.1	4.5	4.2	3.7	3.6
	南部	3.9	4.2	4.4	4.4	4.2	4.0
	其他	-	-	-	-	-	-
空間氣氛	北部	4.1	4.0	3.6	3.8	4.0	4.0
	中部	4.5	4.3	4.5	4.5	4.1	3.8
	嘉義縣	4.3	4.4	4.6	4.5	3.6	3.6
	嘉義市	3.8	4.0	4.4	4.2	3.6	3.5
	南部	3.8	4.2	4.3	4.3	3.9	3.9
	其他	-	-	-	-	-	-

資料來源：本研究整理

(二) 空間偏好與空間印象之關係分析

1. 「初始印象」方面

電視、報章雜誌、書籍網路上 (10 人, 10.6%)、自己的老家 (25 人, 26.6%)、類似本店的地方 (30 人, 31.9%)、小時候拜訪的長輩家 (21 人, 21.3%)、戶外參訪 (4 人, 4.3%)、其他 (4 人, 4.3%) 的初始印象與空間氣氛：

- 座位區：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「安靜的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「安靜的、平靜的、沉穩的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。
 - 「其他」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。
- 櫃檯區：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「其他」族群認為是「沉穩的」感受。
- 地板：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「安靜的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「安靜的、沉穩的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「其他」族群認為是「沉穩的」感受。
- 牆面：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「安靜的、平靜的、沉穩的、老舊的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「其他」族群認為是「平靜的」感受。

- 天花板：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「安靜的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「平靜的、沉穩的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「安靜的」感受。
 - 「其他」族群認為是「沉穩的、老舊的」感受。

- 燈光氣氛：

對「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。

 - 「自己的老家」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「安靜的、平靜的、沉穩的」感受。
 - 「其他」族群認為是「沉穩的」感受。

- 色彩：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「安靜的、老舊的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「回到家的、安靜的、平靜的、沉穩的」感受。
 - 「其他」族群認為是「安靜的」感受。

- 整體空間氣氛：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「回到家的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「回到家的、平靜的、沉穩的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「平靜的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「沉穩的」感受。
 - 「其他」族群認為是「沉穩的」感受。

表 35 Come Home 咖啡漫步之初始印象氣氛量表

空間形容詞	初始印象	回到家的	安靜的	平靜的	沉穩的	老舊的	會讓您想起小 時候的老屋的
座位區	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.0	4.5	4.2	4.3	4.2	4.0
	自己的老家	3.7	4.4	4.4	4.4	3.9	3.5
	類似本店的地方	3.9	4.2	4.2	4.3	3.8	3.5
	小時候的長輩家	3.6	4.3	4.6	4.6	4.2	3.6
	戶外參訪	4.0	3.8	4.3	4.3	3.8	4.0
	其他	2.8	3.0	3.5	3.5	3.0	2.3
櫃檯區	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.0	4.4	4.3	4.2	4.0	3.7
	自己的老家	3.3	3.9	4.0	4.2	3.6	3.2
	類似本店的地方	3.4	3.8	4.0	4.1	3.7	3.5
	小時候的長輩家	3.4	4.1	4.3	4.4	4.0	3.2
	戶外參訪	3.5	4.0	4.3	4.0	3.3	3.5
	其他	3.0	3.0	3.0	3.8	2.8	3.0
地板	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.0	4.5	4.3	4.1	4.0	3.7
	自己的老家	3.9	4.3	4.1	4.3	3.9	3.9
	類似本店的地方	3.9	4.0	4.1	4.2	3.9	4.0
	小時候的長輩家	3.8	4.5	4.6	4.6	4.2	3.8
	戶外參訪	4.3	4.0	4.0	4.0	3.3	3.8
	其他	3.5	3.5	3.8	3.8	3.8	3.8
牆面	電視、報章雜誌、書籍網路上	3.9	4.1	4.1	4.1	4.1	3.9
	自己的老家	4.0	4.1	4.4	4.2	3.5	3.3
	類似本店的地方	3.7	4.0	4.1	4.2	3.9	3.7
	小時候的長輩家	3.5	4.3	4.5	4.4	3.7	3.3
	戶外參訪	3.5	4.0	4.5	4.3	4.3	3.8
	其他	3.3	3.5	3.8	3.5	3.3	3.0
天花板	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.2	4.4	4.1	4.3	4.2	4.0
	自己的老家	3.8	4.3	4.2	4.2	4.0	3.7
	類似本店的地方	3.5	4.0	4.0	4.1	4.0	4.0
	小時候的長輩家	3.3	4.0	4.4	4.6	4.1	3.6
	戶外參訪	3.5	4.5	4.3	4.3	4.3	3.8
	其他	2.8	3.0	3.0	3.3	3.3	3.0
燈光	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.2	4.4	4.1	4.1	4.5	4.5
	自己的老家	4.1	4.3	4.5	4.4	3.7	3.6
	類似本店的地方	3.8	4.3	4.4	4.2	3.8	3.8
	小時候的長輩家	4.0	4.4	4.6	4.4	3.7	3.3

空間形容詞	初始印象	回到家的	安靜的	平靜的	沉穩的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
	戶外參訪	4.0	4.3	4.3	4.3	4.0	3.8
	其他	3.0	3.5	3.5	3.8	3.0	2.8
色彩	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.1	4.5	4.2	4.4	4.5	3.9
	自己的老家	4.2	4.3	4.5	4.3	3.5	3.8
	類似本店的地方	3.8	4.2	4.4	4.3	4.1	3.8
	小時候的長輩家	4.0	4.3	4.6	4.4	3.8	3.4
	戶外參訪	4.3	4.3	4.3	4.3	4.0	3.5
	其他	3.0	3.8	3.5	3.5	3.3	2.8
空間氣氛	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.5	4.4	4.2	4.1	4.3	4.2
	自己的老家	4.4	4.2	4.4	4.4	3.7	3.7
	類似本店的地方	4.0	4.2	4.3	4.2	3.9	3.9
	小時候的長輩家	4.0	4.3	4.6	4.4	3.7	3.4
	戶外參訪	3.5	4.3	4.3	4.8	3.5	3.5
	其他	3.3	3.3	3.3	3.5	3.0	3.0

資料來源：本研究整理

2. 「到訪次數」方面

第 1 次 (36 人, 38%)、2-5 次 (43 人, 46%)、6 (含) 次以上 (16 人, 16%)。到訪次數「2-5 次」與「5 次以上」的消費者空間感受高於「第 1 次」到訪。

表 36 Come Home 咖啡漫步之到訪次數氣氛量表

	1 次	2-5 次	6 次以上	最高
座位區的氣氛總和	3.9	4.1	4.0	2-5 次
櫃檯區的氣氛總和	3.7	3.9	3.6	2-5 次
地板的氣氛總和	4.0	4.1	3.6	2-5 次
牆面的氣氛總和	3.9	4.0	3.9	2-5 次
天花板的氣氛總和	3.8	4.2	3.9	2-5 次
燈光的氣氛總和	4.1	4.0	4.2	5 次以上
色彩的氣氛總和	4.0	4.1	4.1	2-5 次、5 次以上
空間氣氛的氣氛總和	4.0	4.1	4.2	5 次以上

資料來源：本研究整理

3. 「停留時間」方面

30 分鐘內 (0 人, 0%)、30-60 分鐘 (23 人, 24.5%)、60-120 分鐘 (51 人, 54.3%)、120 分鐘以上 (20 人, 21.3%)。

停留時間為「60-120 分鐘」的受試者，對於空間氣氛感受較高，而「120 分鐘」的受試者空間感受較低於「30-60 分鐘」的消費者。

表 37 Come Home 咖啡漫步之停留時間氣氛量表

停留時間	30	30-60	60-120	120	最高
座位區的氣氛總和	-	3.9	4.1	3.9	60-120
櫃檯區的氣氛總和	-	3.7	3.9	3.5	60-120
地板的氣氛總和	-	4.0	4.1	3.7	60-120
牆面的氣氛總和	-	3.9	4.0	3.6	60-120
天花板的氣氛總和	-	3.9	4.1	3.6	60-120
燈光的氣氛總和	-	4.1	4.2	3.8	60-120
色彩的氣氛總和	-	4.1	4.1	3.9	60-120、30-60
空間氣氛的氣氛總和	-	4.1	4.2	3.8	60-120

資料來源：本研究整理

4. 「所屬色系」方面

棕色系 (23 人, 24.5%)、橙色系 (1 人, 1.1%)、黃色系 (9 人, 9.6%)、紫色系 (1 人, 1.1%)、灰色系 (8 人, 8.5%)、白色系 (52 人, 55.3%)。

由圖 136 可得知 Come Home 咖啡漫步的色系為白色，白色系的氛圍給消費者的空間感受為平靜的感受。

表 38 Come Home 咖啡漫步之所屬色系氣氛量表

色彩	回到家的	安靜的	平靜的	沉穩的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的	空間感受為
紅色系	-	-	-	-	-	-	-
棕色系	4.0	4.4	4.6	4.4	3.7	3.5	沉穩的
橙色系	3.0	4.0	4.0	2.0	5.0	5.0	老舊的、 會讓您想起小時 候的老屋的
黃色系	3.3	4.2	4.2	4.1	3.9	3.4	安靜的、沉穩的
綠色系	-	-	-	-	-	-	-
藍色系	-	-	-	-	-	-	-
紫色系	4.0	4.0	5.0	4.0	4.0	4.0	平靜的
灰色系	4.3	4.6	4.3	4.1	3.9	4.4	安靜的
黑色系	-	-	-	-	-	-	-
白色系	4.1	4.2	4.4	4.3	3.9	3.7	平靜的

資料來源：本研究整理

(三) 個人屬性與空間偏好分析

1. 個人屬性與色系之分析

(1) 「性別」與「色系」分析

棕色系的女性人數為 19 人，男性人數為 4 人；橙色系的女性人數為 1 人，男性為 0 人；黃色系的女性人數為 7 人，男性人數為 2 人；紫色系的女性人數為 1 人，男性人數為 0 人；灰色系的女性人數為 5 人，男性為 3 人；白色系的女性人數為 38 人，男性為 14 人。人數為 1 的色系不討論，女性認為 Come Home 咖啡漫步為「棕色系」，男性則認為是「灰色系」。

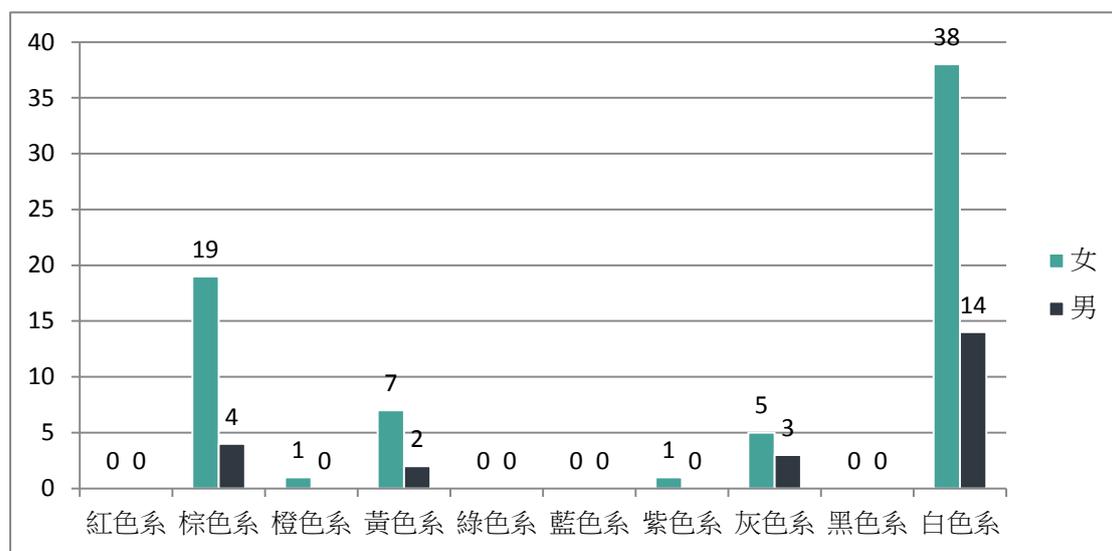


圖 137 Come Home 咖啡漫步之性別與色系長條圖

(2) 「年齡」與「色系」分析

Come Home 咖啡漫步的受試者中，「白色系」在各年齡層中最被認同；「棕色系」為「21-30 歲」年齡層第二認同。

表 39 Come Home 咖啡漫步之年齡與色系

	紅	棕	橙	黃	綠	藍	紫	灰	黑	白
20	-	3	-	1	-	-	-	-	-	5
21-30	-	20	1	4	-	-	1	5	-	31
31-40	-	-	-	3	-	-	-	2	-	10
41-50	-	-	-	1	-	-	-	1	-	6
51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

資料來源：本研究整理

(3) 「教育程度」與「色系」分析

Come Home 咖啡漫步的受試者中，「白色系」在各教育程度中最被認同；「棕色系」為「大專院校」第二認同。

表 40 Come Home 咖啡漫步之教育程度與色系

	紅	棕	橙	黃	綠	藍	紫	灰	黑	白
國中(含)以下	-	2	-	1	-	-	-	-	-	-
高中職	-	2	-	-	-	-	-	-	-	6
大專院校	-	14	1	8	-	-	1	8	-	38
研究所	-	5	-	-	-	-	-	-	-	8

資料來源：本研究整理

(4) 「專業背景」與「色系」分析

Come Home 咖啡漫步的受試者中，「白色系」在空間、美學、教育、無專業背景中最被認同；「棕色系」在其他專業背景中最被認同。

表 41 Come Home 咖啡漫步之專業背景與色系

	紅	棕	橙	黃	綠	藍	紫	灰	黑	白
空間專業背景	-	4	-	-	-	-	-	-	-	7
美學專業背景	-	1	-	1	-	-	-	-	-	5
教育專業背景	-	-	-	1	-	-	1	-	-	2
其他專業背景	-	9	1	5	-	-	-	-	-	6
無專業背景	-	9	-	2	-	-	-	8	-	32

資料來源：本研究整理

2. 個人屬性與老屋初始印象之分析

(1) 「年齡」與「老屋初始印象」分析

Come Home 咖啡漫步的受試者中，各年齡層對老屋初始印象，「20 歲以下」多為「小時候拜訪的長輩家」；「21-30 歲」多為「類似本店的地方」；「31-40 歲」多為「自己的老家」；「41-50 歲」多為「電視、章雜誌、書籍網路上」與「自己的老家」。

表 42 Come Home 咖啡漫步之年齡與老屋初始印象

	電視、報章雜誌、書籍網路上	自己的老家	類似本店的地方	小時候拜訪的長輩家	戶外參訪	其他
20	-	2	2	4	1	
21-30	3	15	24	15	2	3
31-40	4	5	3	1	1	1
41-50	3	3	1	1	-	
50	--	-	-	-	-	-

資料來源：本研究整理

(2) 「居住地」與「老屋初始印象」分析

Come Home 咖啡漫步的受試者中，居住地對老屋初始印象，「北部」多為「類似本店的地方」；「中部」多為「電視、章雜誌、書籍網路上」；「嘉義縣」多為「自己的老家」；「嘉義市」多為「自己的老家」、「類似本店的地方」、「小時候拜訪的長輩家」；「南部」多為「類似本店的地方」。

表 43 Come Home 咖啡漫步之居住地與老屋初始印象

	電視、章雜誌、 書籍網路上	自己的老家	類似本店的地方	小時候拜訪的長輩家	戶外參訪	其他
北部	3	4	5	1	-	-
中部	4	2	3	1	1	1
嘉義縣	1	9	4	7	1	2
嘉義市	1	8	8	8	1	1
南部	1	2	10	4	1	-

資料來源：本研究整理

3. 個人屬性與空間要素之分析

(1) 「專業背景」與「空間要素」分析

Come Home 咖啡漫步的受試者中「燈光、照明氣氛」在各專業背景中都被認為是最重要的空間要素。

表 44 Come Home 咖啡漫步之專業背景與空間要素

	桌椅樣式	整體色彩	燈光、照明氣氛	天花板設計	擺設品	地板設計	牆面設計	其他
空間專業背景	-	9	10	3	2	1	7	
美學專業背景	1	6	7	-	4	1	2	
教育專業背景	1	3	3	1	1	-	2	1
其他專業背景	12	9	16	2	13	5	5	1
無專業背景	19	39	39	8	22	5	19	1

資料來源：本研究整理

第三節、國王•蝴蝶•秘密基地 分析資料

一、基礎調查結果

(一) 受試者基本資料

此部分將說明受試者基本資料，包括：「性別」、「年齡」、「教育程度」、「專業背景」、「居住地」五種變項，共計五題。本研究之有效樣本共 95 份，經統計後，人口統計變項分布情形如下：

1. 性別

在調查的 95 份問卷中，國王•蝴蝶•秘密基地男性的受訪人有 38 位，佔樣本數的 40%；女性的受訪人有 57 位，佔樣本數的 60%。顯示受試者中女性多於男性。

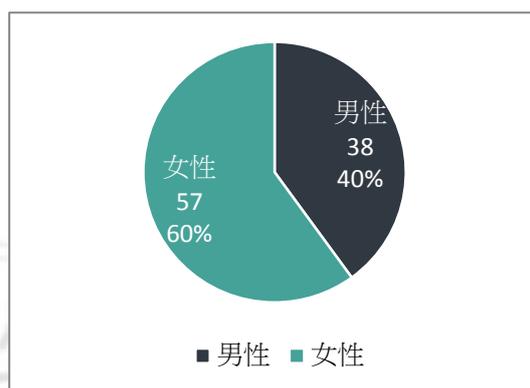


圖 138 國王•蝴蝶•秘密基地性別圓餅圖

2. 年齡

在調查的 95 份問卷中，國王•蝴蝶•秘密基地 20 歲以下 13 人，佔樣本數的 13.7%；21-30 歲 65 人，佔樣本數的 68.4%；31-40 歲 13 人，佔樣本數 13.7%；41-50 歲 4 人，占樣本數 4.2%；51 歲以上 0 人，佔樣本數 0%。顯示受試者中 21-30 歲的消費者為大宗。

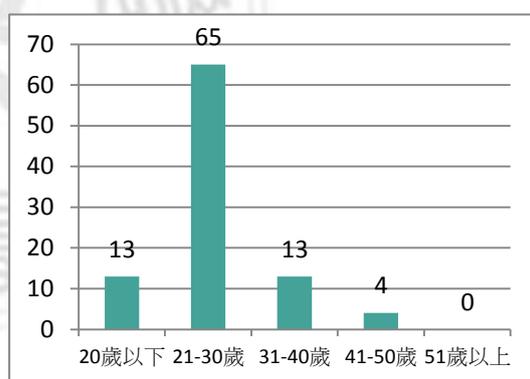


圖 139 國王•蝴蝶•秘密基地年齡長條圖

3. 教育程度

在調查的 95 份問卷中，國王・蝴蝶・秘密基地教育程度國中（含）以下為 1 人，佔樣本數的 1.1%；高中職為 4 人，佔樣本數的 4.2%；大專院校為 72 人，佔樣本數 75.8%；研究所為 18 人，佔樣本數的 18.9%。顯示受試者中以大專院校的消費者居多。

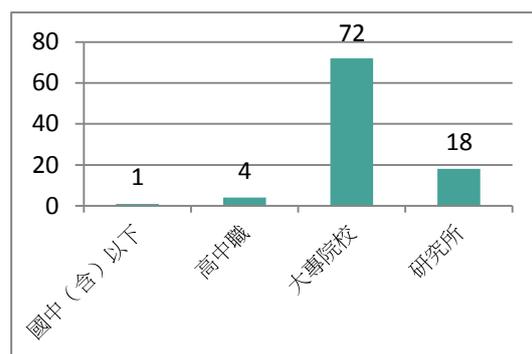


圖 140 國王・蝴蝶・秘密基地教育程度長條圖

4. 專業背景

在調查的 95 份問卷中，將專業背景分類，國王・蝴蝶・秘密基地，有 4 人具有空間專業背景，佔樣本數的 4%；有 5 人具有美學專業背景，佔樣本數的 5%；有 7 人具有教育專業背景，佔樣本數的 7%；有 9 人具有社會專業背景，佔樣本數的 9%；有 39 人為其他，佔樣本數的 41%；有 31 人為無專業背景，佔樣本數的 33%。

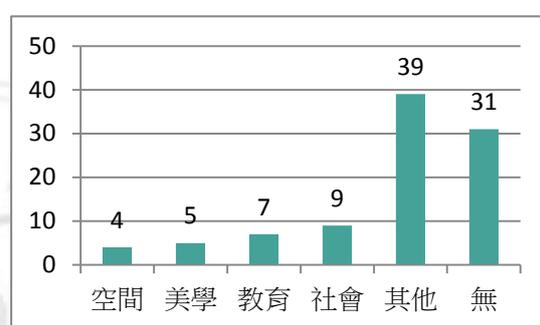


圖 141 國王・蝴蝶・秘密基地專業背景長條圖

有 9 位為「社會」專業者，在給予思考愈刺激的國王・蝴蝶・秘密基地，的確吸引到了這些族群的人。

5. 居住地

在調查的 95 份問卷中，國王・蝴蝶・秘密基地北部的消費者為 20 人，佔總樣本數的 21.1%；中部的消費者為 9 人，佔樣本數的 9.5%；嘉義縣的消費者為 23 人，佔樣本數的 24.2%；嘉義市的消費者為 27 人，佔樣本數的 28.4%；南部的消費者為 15 人，佔樣本數的 15.8%；其他地區的消費者為 1 人，佔樣本數的 1.1%。顯示受試者中在地的消費者居多，但差異不大，嘉義縣與嘉義市的消費者為 50 人，其他地區總合為 45 人。

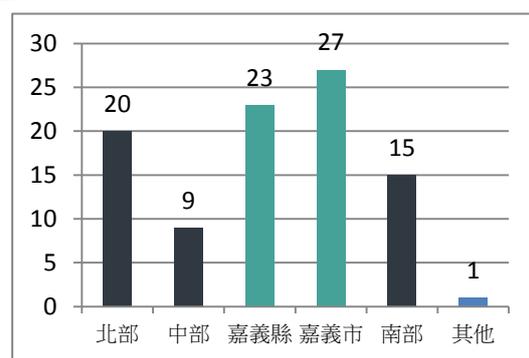


圖 142 國王・蝴蝶・秘密基地居住地長條圖

(二) 空間基本調查

1. 老屋印象

在調查的 95 份問卷中，國王・蝴蝶・秘密基地的受試者對與「老屋」初始印象來自於「電視、報章雜誌、書籍網路上」有 16 人，佔樣本數的 16.8%；「自己的老家」有 31 人，佔樣本數的 32.6%；「類似本店的地方」有 17 人，佔樣本數的 17.9%；「小時候拜訪的長輩家」有 23 人，佔樣本數的 24.6%；「戶外參訪」有 6 人，佔樣本數的 6.3%，「其他」有 2 人，佔樣本數的 2.1%。顯示受是對於「老屋」的印象多為「自己的老家」的地方。

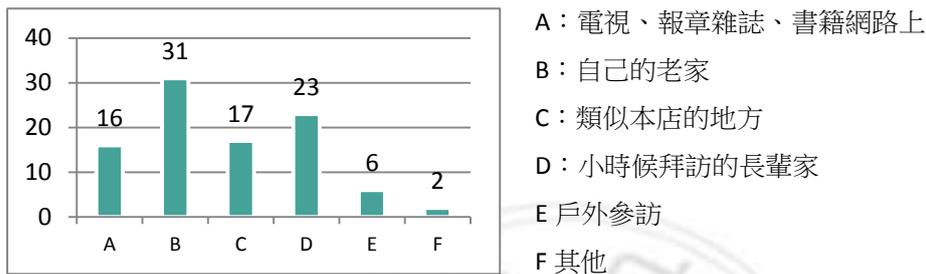


圖 143 國王・蝴蝶・秘密基地老屋初始印象長條圖

2. 空間三要素

在調查的 95 份問卷中，國王・蝴蝶・秘密基地的受試者認為空間中最重要

的三要素分別為：

- (1) 燈光、照明氣氛在 95 份樣本中提到次數 72 (25%)。
- (2) 整體色彩在 95 份樣本中提到次數 59 (20%)。
- (3) 牆面設計在 95 份樣本中提到次數 46 (16%)。
- (4) 擺設品在 95 份樣本中提到次數 43 (15%)。
- (5) 桌椅樣式在 95 份樣本中提到次數 41 (15%)。
- (6) 地板設計在 95 份樣本中提到次數 9 (3%)。
- (7) 天花板設計在 95 份樣本中提到次數 8 (3%)。
- (8) 其他在 95 份樣本中提到次數 7 (3%)。

顯示整體空間內最重要的元素為「燈光、照明氣氛」、「整體色彩」、「牆面設計」。

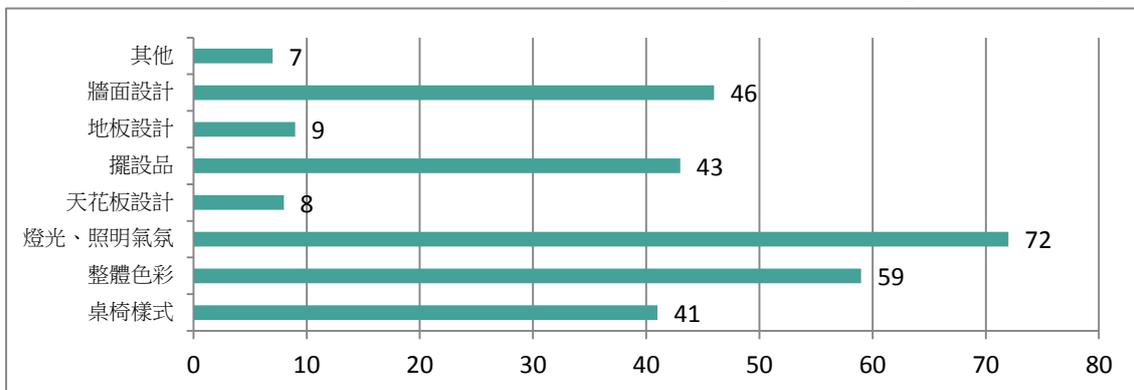


圖 144 國王・蝴蝶・秘密基地空間要素長條圖

3. 到訪次數

在調查的 95 份問卷中，國王・蝴蝶・秘密基地的受試者中，第一次到訪本店的人數為 42 人，佔樣本數的 44%；2-5 次的人數為 23 人，佔樣本數的 24%；6(含)次以上為 30 人，佔樣本數的 32%。顯示多次到訪的消費者多於第一次到訪的消費者。

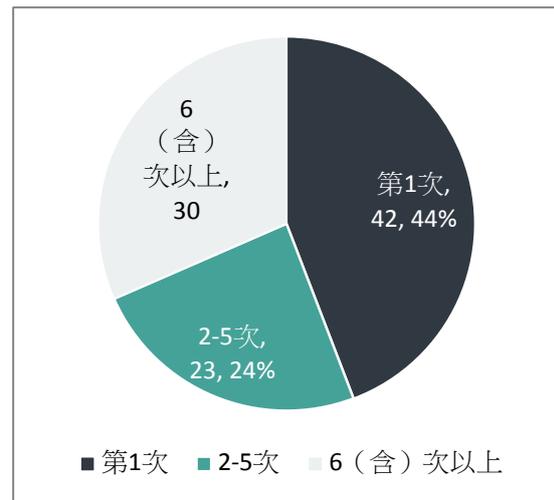


圖 145 國王・蝴蝶・秘密基地到訪次數圓餅圖

4. 停留時間

在調查的 95 份問卷中，國王・蝴蝶・秘密基地的受試者停留時間「30 分鐘內」為 2 人，佔樣本數的 2.1%；「30-60 分鐘」為 32 人，佔樣本數的 33.7%；「60-120 分鐘」為 33 人，佔樣本數 34.7%，「120 分鐘以上」為 30 人，佔樣本數 29.8%。

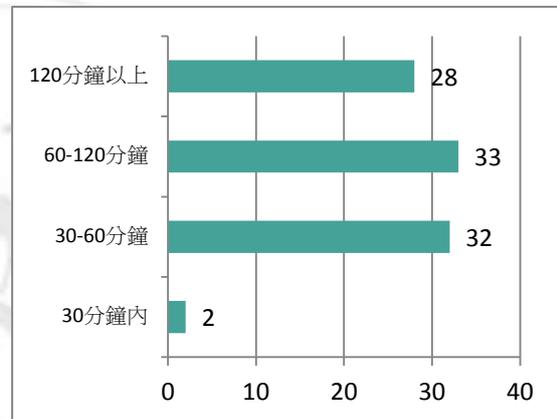


圖 146 國王・蝴蝶・秘密基地停留時間長條圖

5. 所屬色系

在調查的 95 份問卷中，國王・蝴蝶・秘密基地的受試者，有 31 人 (32.6%) 認為是紅色系；34 人 (35.8%) 認為是棕色系；11 人 (11.6%) 認為是橙色系；11 人 (11.6%) 認為是黃色系；2 人 (2.1%) 認為是灰色系；6 人 (6.3%) 認為是黑色系。顯示較多受試者認為國王・蝴蝶・秘密基地的色彩屬於紅色系。

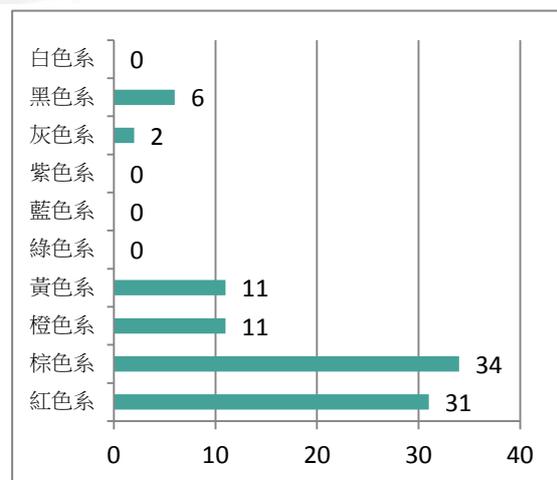


圖 147 國王・蝴蝶・秘密基地所屬色系長條圖

二、空間印象分析

表 45 國王•蝴蝶•秘密基地空間氣氛量表

	可以思考的	緩和的	安心的	放鬆的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的	最終空間氣氛
座位區	4.2	4.4	4.4	4.5	3.3	2.9	放鬆的
櫃檯區	3.9	4.1	4.1	4.2	3.1	2.9	放鬆的
地板	3.4	3.8	3.9	3.9	3.2	3.2	安心的、放鬆的
牆面	3.9	4.0	4.0	4.1	3.7	3.2	放鬆的
天花板	3.4	3.5	3.5	3.6	2.9	2.8	放鬆的
燈光	4.0	4.4	4.3	4.5	3.4	3.1	放鬆的
色彩	4.1	4.3	4.4	4.5	3.6	3.1	放鬆的
空間氣氛	4.4	4.5	4.5	4.5	3.4	3.1	緩和的、安心的、放鬆的

資料來源：本研究整理

國王•蝴蝶•秘密基地的空間氣氛：

- | | | |
|-----|------------------|-------------|
| (1) | 座位區的空間氣氛是讓人覺得 | 放鬆的 |
| (2) | 櫃檯區的空間氣氛是讓人覺得 | 放鬆的 |
| (3) | 地板的視覺效果是讓人覺得 | 安心的、放鬆的 |
| (4) | 牆面的視覺效果是讓人覺得 | 放鬆的 |
| (5) | 天花板的視覺效果是讓人覺得 | 放鬆的 |
| (6) | 燈光照明的氣氛效果是讓人覺得 | 放鬆的 |
| (7) | 空間整體的色彩視覺效果是讓人覺得 | 放鬆的 |
| (8) | 整間店的空間氣氛是讓人覺得 | 緩和的、安心的、放鬆的 |

座位區的空間氣氛讓人覺得是放鬆的（4.5）空間感受，可以思考的（4.2）空間氣氛感受較低，但差距不大。

櫃檯區的空間氣氛讓人覺得是放鬆的（4.2）空間感受，可以思考的（3.9）空間氣氛感受較低。

地板的視覺感受是安心的（3.9）、放鬆的（3.9）感受，可以思考的（3.4）空間氣氛感受較低。

牆面的視覺感受是放鬆的（4.1）感受，可以思考的（3.7）空間氣氛感受較低。

天花板的視覺感受是放鬆的（3.6）感受，可以思考的（3.4）空間氣氛感受較低。

燈光照明的氣氛是放鬆的（4.5）感受，可以思考的（4.0）空間氣氛感受較低。

空間整體的色彩氣氛是放鬆的（4.5）感受，可以思考的（4.1）空間氣氛感受較低。

整間店的空間氣氛是緩和的（4.5）、安心的（4.5）、放鬆的（4.5）感受，可以思考的（4.4）氣氛較其他感受低。

而「老舊的」感受都在「尚可」的分數裡，「會讓您想起小時候的老屋的」則是在「地板設計」、「牆面設計」、「燈光照明」、「色彩」、「空間氣氛」的感受在「尚可」的分數裡，而在「座位區」、「櫃檯區」、「天花板設計」則是在「不同意」的分數裡。

三、族群空間偏好分析

依據上述資料分析偏好族群與空間氣氛量表之關係：

(一) 個人屬性變項與空間印象之差異性

1. 「性別」方面：

國王・蝴蝶・秘密基地的空間氣氛「兩性」比較：

「女性」（57人，60%）與「男性」（38人，40%）的空間氣氛感受：

- 在座位區的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。男性與女性皆認為是「放鬆的」感受。
- 櫃檯區的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「放鬆的」；男性認為是「緩和的、放鬆的」感受。
- 地板的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「安心的」；男性認為是「放鬆的」感受。
- 牆面的感受中，「安心的」感受在女性的分數為 4.2，在男性的分數為 3.7，女性與男性差異+0.5。女性認為是「安心的、放鬆的」；男性認為是「可以思考」感受。
- 天花板的感受，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「緩和的、安心的、放鬆的」；男性認為是「放鬆的」感受。
- 燈光的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性與男性均認為是「放鬆的」感受。
- 色彩的感受中，「安心的」感受女性（4.6）與男性（4.1）差異+0.5。女性認為是「安心的、放鬆的」；男性認為是「放鬆的」感受。
- 空間氣氛的感受中，女性與男性的感受差異都低於 0.5，無明顯差異。女性認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受；男性認為是「放鬆的」。

在國王・蝴蝶・秘密基地性別的空間氣氛認知中「放鬆的」認知較為相同，而「安心的」認知差異較大。

表 46 國王・蝴蝶・秘密基地之性別氣氛量表

空間形容詞	性別	可以思考的	緩和的	安心的	放鬆的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的	最終空間氣氛
座位區	女	4.3	4.5	4.5	4.6	3.4	2.9	放鬆的
	男	3.9	4.2	4.1	4.3	3.2	2.9	放鬆的
櫃檯區	女	4.0	4.2	4.2	4.3	3.3	3.0	放鬆的
	男	3.9	4.0	3.9	4.0	2.9	2.7	緩和的，放鬆的
地板	女	3.4	3.8	3.9	3.8	3.2	3.2	安心的
	男	3.4	3.8	3.9	4.0	3.2	3.2	放鬆的
牆面	女	3.9	4.1	4.2	4.2	3.7	3.2	安心的、放鬆的
	男	3.9	3.8	3.7	3.8	3.6	3.2	可以思考的
天花板	女	3.2	3.5	3.5	3.5	2.9	2.8	緩和的、安心的、放鬆的
	男	3.6	3.6	3.6	3.7	2.9	2.7	放鬆的
燈光	女	4.1	4.5	4.5	4.6	3.5	3.1	放鬆的
	男	3.8	4.2	4.1	4.4	3.2	3.2	放鬆的
色彩	女	4.2	4.5	4.6	4.6	3.6	3.2	安心的、放鬆的
	男	3.9	4.1	4.1	4.3	3.5	3.1	放鬆的
空間氣氛	女	4.5	4.6	4.6	4.6	3.5	3.1	緩和的、安心的、放鬆的
	男	4.2	4.3	4.2	4.4	3.4	3.1	放鬆的

資料來源：本研究整理

2. 「年齡」方面：

20 歲以下 (13 人, 13.7%)、21-30 歲 (65 人, 68.4%)、31-40 歲 (13 人, 13.7%)、41-50 歲 (4 人, 4.2%)、51 歲以上 (0 人, 0%) 年齡與空間氣氛感受：

● 座位區：

20 歲以下的受試者認為是「放鬆的」感受；21-30 歲認為是「安靜的、放鬆的」的感受；31-40 歲認為是「緩和的」感受；41-50 歲認為是「放鬆的」感受。

● 櫃檯區：

20 歲以下的受試者認為是「放鬆的」感受；21-30 歲認為是「安心的、放鬆的」的感受；31-40 歲認為是「緩和的」感受；41-50 歲認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。

- 地板：
20 歲以下的受試者認為是「緩和的、放鬆的」感受；21-30 歲認為是「安心的」的感受；31-40 歲認為是「放鬆的」感受；41-50 歲認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
- 牆面：
20 歲以下的受試者認為是「放鬆的」感受；21-30 歲認為是「緩和的、安心的、放鬆的」的感受；31-40 歲認為是「緩和的」感受；41-50 歲認為是「放鬆的」感受。
- 天花板：
20 歲以下的受試者認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受；21-30 歲認為是「放鬆的」的感受；31-40 歲認為是「安心的」感受；41-50 歲認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
- 燈光氣氛：
20 歲以下的受試者認為是「放鬆的」感受；21-30 歲認為是「放鬆的」的感受；31-40 歲認為是「放鬆的」感受；41-50 歲認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
- 色彩：
20 歲以下的受試者認為是「安心的」感受；21-30 歲認為是「安心的」的感受；31-40 歲認為是「安心的、放鬆的」感受；41-50 歲認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
- 整體空間氣氛：
20 歲以下的受試者認為是「緩和的、安心的」感受；21-30 歲認為是「放鬆的」的感受；31-40 歲認為是「放鬆的」感受；41-50 歲認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。

表 47 國王・蝴蝶・秘密基地之年齡氣氛量表

空間形容詞	年齡	可以思考的	緩和的	安心的	放鬆的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	20	4.3	4.3	4.2	4.5	3.4	3.1
	21-30	4.2	4.4	4.5	4.5	3.3	2.9
	31-40	4.2	4.3	4.1	4.1	3.2	2.7
	41-50	3.8	4.3	4.3	4.5	3.5	3.0
	50	-	-	-	-	-	-
櫃檯區	20	4.2	4.2	4.1	4.3	3.2	3.1
	21-30	3.9	4.1	4.2	4.2	3.2	2.9
	31-40	3.8	4.1	3.8	3.9	2.8	2.3

空間形容詞	年齡	可以思考的	緩和的	安心的	放鬆的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
	41-50	3.8	4.3	4.3	4.3	3.3	2.8
	50	-	-	-	-	-	-
地板	20	3.7	4.5	4.3	4.5	3.4	3.3
	21-30	3.3	3.7	3.9	3.8	3.2	3.3
	31-40	3.3	3.5	3.6	3.7	3.0	2.5
	41-50	3.5	4.0	4.0	4.0	3.8	3.3
	50	-	-	-	-	-	-
牆面	20	4.1	4.2	4.2	4.5	4.1	3.5
	21-30	3.9	4.0	4.0	4.0	3.8	3.2
	31-40	4.1	4.0	3.8	3.8	3.0	2.8
	41-50	3.8	4.0	4.0	4.3	3.3	2.5
	50	-	-	-	-	-	-
天花板	20	3.8	4.2	4.2	4.2	3.5	3.2
	21-30	3.3	3.4	3.4	3.5	2.9	2.8
	31-40	3.5	3.4	3.6	3.5	2.6	2.4
	41-50	3.0	3.5	3.5	3.5	2.8	2.3
	50	-	-	-	-	-	-
燈光	20	4.2	4.6	4.7	4.8	3.6	3.5
	21-30	4.0	4.4	4.4	4.5	3.5	3.1
	31-40	3.9	4.2	4.1	4.5	3.1	2.8
	41-50	3.3	3.8	3.8	3.8	3.0	3.0
	50	-	-	-	-	-	-
色彩	20	4.1	4.4	4.8	4.8	3.9	3.5
	21-30	4.1	4.3	4.4	4.4	3.6	3.2
	31-40	3.8	4.1	4.2	4.4	3.1	2.7
	41-50	3.5	4.3	4.3	4.3	3.3	2.5
	50	-	-	-	-	-	-
空間氣氛	20	4.7	4.8	4.8	4.7	4.2	3.9
	21-30	4.4	4.5	4.5	4.6	3.4	3.1
	31-40	4.4	4.2	4.2	4.3	2.8	2.5
	41-50	3.8	4.3	4.3	4.3	3.0	2.5
	50	-	-	-	-	-	-

資料來源：本研究整理

3. 「教育程度」方面：

國中(含)以下(1人, 1.1%)、高中職(4人, 4.2%)、大專院校(72人, 75.8%)、研究所(18人, 18.9%)與空間氣氛感受：

- 座位區：
教育程度「高中職」族群認為是「可以思考的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「放鬆的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
- 櫃檯區：
教育程度「高中職」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「放鬆的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「緩和的、安心的」感受。
- 地板：
教育程度「高中職」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「安心的」感受。
- 牆面：
教育程度「高中職」族群認為是「放鬆的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「放鬆的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「緩和的、放鬆的」感受。
- 天花板：
教育程度「高中職」族群認為是「緩和的、安心的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「放鬆的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「緩和的、安心的」感受。
- 燈光氣氛：
教育程度「高中職」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「放鬆的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「緩和的」感受。
- 色彩：
教育程度「高中職」族群認為是「放鬆的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「放鬆的」感受。
- 整體空間氣氛：
教育程度「高中職」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「放鬆的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「放鬆的」感受。

表 48 國王・蝴蝶・秘密基地之教育程度氣氛量表

空間形容詞	教育程度	可以思考的	緩和的	安心的	放鬆的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	國中（含）以下	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0	3.0
	高中職	5.0	4.8	4.8	4.8	4.0	4.0
	大專院校	4.1	4.3	4.3	4.4	3.2	2.8
	研究所	4.1	4.6	4.6	4.6	3.6	3.0
櫃檯區	國中（含）以下	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0
	高中職	4.8	4.8	4.8	4.8	3.8	3.5
	大專院校	3.9	4.0	4.1	4.2	3.1	2.8
	研究所	3.9	4.2	4.2	4.1	3.3	3.0
地板	國中（含）以下	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0
	高中職	4.3	4.8	4.8	4.8	3.8	4.0
	大專院校	3.4	3.8	3.9	3.9	3.2	3.2
	研究所	3.1	3.4	3.7	3.6	3.3	3.1
牆面	國中（含）以下	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0
	高中職	4.5	4.5	4.5	4.8	4.0	3.8
	大專院校	3.9	3.9	3.9	4.0	3.7	3.3
	研究所	4.0	4.3	4.2	4.3	3.6	2.8
天花板	國中（含）以下	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0
	高中職	4.0	4.3	4.3	3.8	3.5	3.8
	大專院校	3.4	3.5	3.5	3.6	2.9	2.8
	研究所	3.2	3.4	3.4	3.3	2.7	2.6
燈光	國中（含）以下	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0
	高中職	4.3	5.0	5.0	5.0	4.0	3.8
	大專院校	4.0	4.3	4.3	4.5	3.3	3.2
	研究所	3.9	4.6	4.3	4.5	3.6	2.8
色彩	國中（含）以下	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0
	高中職	4.3	4.8	4.5	5.0	4.3	3.8
	大專院校	4.1	4.3	4.4	4.4	3.6	3.1
	研究所	4.1	4.4	4.5	4.4	3.4	3.1
空間氣氛	國中（含）以下	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0
	高中職	4.8	5.0	5.0	5.0	4.3	4.0
	大專院校	4.4	4.4	4.4	4.5	3.4	3.1
	研究所	4.3	4.6	4.6	4.7	3.2	2.9

資料來源：本研究整理

4. 「專業背景」方面：

空間專業（4人，4%）、美學專業（5人，5%）、教育專業（7人，7%）、社會專業（9人，9%）、其他專業（39人，41%）、無專業（31人，33%）與空間氣氛感受：

- 座位區：
 - 「空間專業」族群認為是「可以思考、緩和的、安心的、放鬆的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「安心的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「可以思考的、緩和的」感受。
 - 「社會專業」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「放鬆的」感受。
- 櫃檯區：
 - 「空間專業」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「可以思考的、緩和的、放鬆的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。
 - 「社會專業」族群認為是「安心的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「放鬆的」感受。
- 地板：
 - 「空間專業」族群認為是「可以思考的、緩和的、安心的、放鬆的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「安心的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
 - 「社會專業」族群認為是「安心的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「安心的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。
- 牆面：
 - 「空間專業」族群認為是「可以思考的、緩和的、安心的、放鬆的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「緩和的、放鬆的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
 - 「社會專業」族群認為是「可以思考的、放鬆的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「緩和的、放鬆的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「可以思考的」感受。
- 天花板：
 - 「空間專業」族群認為是「可以思考的、緩和的、安心的」感受。
 - 「美學專業」族群認為是「緩和的」感受。
 - 「教育專業」族群認為是「緩和的、安心的」感受。
 - 「社會專業」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。

「無專業」族群認為是「放鬆的」感受。

● 燈光氣氛：

「空間專業」族群認為是「放鬆的」感受。

「美學專業」族群認為是「安心的」感受。

「教育專業」族群認為是「可以思考的、緩和的」感受。

「社會專業」族群認為是「放鬆的」感受。

「其他專業」族群認為是「放鬆的」感受。

「無專業」族群認為是「放鬆的」感受。

● 色彩：

「空間專業」族群認為是「可以思考的、緩和的、安心的、放鬆的」感受。

「美學專業」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。

「教育專業」族群認為是「安心的」感受。

「社會專業」族群認為是「放鬆的」感受。

「其他專業」族群認為是「放鬆的」感受。

「無專業」族群認為是「放鬆的」感受。

● 整體空間氣氛：

「空間專業」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。

「美學專業」族群認為是「可以思考的、緩和的、安心的、放鬆的」感受。

「教育專業」族群認為是「可以思考的、緩和的、安心的、放鬆的」感受。

「社會專業」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。

「其他專業」族群認為是「緩和的」感受。

「無專業」族群認為是「放鬆的」感受。

表 49 國王・蝴蝶・秘密基地之專業背景氣氛量表

空間形容詞	專業背景	可以思考的	緩和的	安心的	放鬆的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	空間專業	4.3	4.3	4.3	4.3	3.8	3.0
	美學專業	4.5	4.8	5.0	4.8	2.5	3.3
	教育專業	4.7	4.7	4.6	4.6	3.6	3.0
	社會專業	4.2	4.4	4.6	4.7	3.1	2.9
	其他	4.0	4.5	4.4	4.5	3.1	2.6
	無	4.2	4.2	4.1	4.3	3.6	3.4
櫃檯區	空間專業	3.8	4.3	4.0	4.0	3.3	3.0
	美學專業	4.3	4.3	4.3	4.0	2.8	2.8
	教育專業	4.1	4.3	4.4	4.4	3.7	3.0
	社會專業	4.0	4.3	4.4	4.1	3.3	2.8
	其他	3.7	4.0	4.0	4.1	2.8	2.5
	無	4.2	4.1	4.0	4.2	3.5	3.4
地板	空間專業	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0

空間形容詞	專業背景	可以思考的	緩和的	安心的	放鬆的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
	美學專業	3.5	3.8	4.3	4.0	3.3	3.8
	教育專業	3.1	3.6	3.6	3.6	3.9	3.4
	社會專業	3.6	4.1	4.2	4.2	3.2	3.4
	其他	3.1	3.7	3.8	3.7	2.8	2.8
	無	3.6	3.9	4.0	4.0	3.6	3.4
牆面	空間專業	4.3	4.3	4.3	4.3	3.8	3.3
	美學專業	3.5	4.0	3.8	4.0	3.3	3.0
	教育專業	4.3	4.6	4.6	4.6	4.0	3.0
	社會專業	4.2	4.1	4.1	4.2	3.3	3.2
	其他	3.7	4.0	3.9	4.0	3.6	3.0
	無	4.1	3.8	3.9	4.0	3.9	3.5
天花板	空間專業	3.8	3.8	3.8	3.5	3.5	3.0
	美學專業	3.3	3.5	3.3	3.3	2.8	3.5
	教育專業	3.9	4.1	4.1	4.0	2.7	2.7
	社會專業	3.6	3.9	3.9	3.9	2.6	2.7
	其他	3.0	3.2	3.2	3.2	2.7	2.4
	無	3.6	3.7	3.7	3.9	3.4	3.2
燈光	空間專業	4.0	4.3	4.0	4.5	3.5	3.5
	美學專業	4.5	4.5	4.8	4.5	3.5	3.5
	教育專業	4.7	4.7	4.4	4.6	3.4	2.9
	社會專業	4.1	4.6	4.6	4.7	3.2	3.0
	其他	3.7	4.3	4.3	4.4	3.2	2.8
	無	4.1	4.3	4.3	4.5	3.7	3.5
色彩	空間專業	4.3	4.3	4.3	4.3	3.5	3.0
	美學專業	4.3	4.5	4.5	4.5	2.8	3.3
	教育專業	4.4	4.6	4.7	4.4	3.6	3.1
	社會專業	4.4	4.6	4.6	4.7	3.6	3.1
	其他	3.8	4.2	4.3	4.4	3.4	2.8
	無	4.1	4.2	4.4	4.5	3.9	3.5
空間氣氛	空間專業	4.0	4.3	4.3	4.3	3.8	3.0
	美學專業	4.5	4.5	4.5	4.5	3.0	3.3
	教育專業	4.7	4.7	4.7	4.7	3.4	3.0
	社會專業	4.4	4.6	4.7	4.7	3.4	3.1
	其他	4.3	4.5	4.4	4.4	3.2	2.8
	無	4.5	4.4	4.5	4.6	3.8	3.6

資料來源：本研究整理

5. 「居住地」方面：

北部（20人，21.1%）、中部（9人，9.5%）、嘉義縣（23人，24.2%）、嘉義市（27人，28.4%）、南部（15人，15.8%）、其他（1人，1.1%）的居住地與空間氣氛感受：

- 座位區：
 - 「北部」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。
 - 「中部」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「緩和的、放鬆的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「緩和的」感受。
 - 「南部」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。
- 櫃檯區：
 - 「北部」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「中部」族群認為是「安心的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「可以思考的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「南部」族群認為是「緩和的、放鬆的」感受。
- 地板：
 - 「北部」族群認為是「安心的」感受。
 - 「中部」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
 - 「南部」族群認為是「安心的」感受。
- 牆面：
 - 「北部」族群認為是「可以思考的」感受。
 - 「中部」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「南部」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
- 天花板：
 - 「北部」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「中部」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
 - 「南部」族群認為是「安心的」感受。

- 燈光氣氛：
 - 「北部」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「中部」族群認為是「緩和的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「南部」族群認為是「緩和的、放鬆的」感受。
- 色彩：
 - 「北部」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。
 - 「中部」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「南部」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
- 整體空間氣氛：
 - 「北部」族群認為是「可以思考的、緩和的、安心的、放鬆的」感受。
 - 「中部」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「可以思考的」感受。
 - 「南部」族群認為是「放鬆的」感受。

表 50 國王・蝴蝶・秘密基地之居住地氣氛量表

空間形容詞	居住地	可以思考的	緩和的	安心的	放鬆的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	北部	4.1	4.3	4.5	4.5	3.4	2.7
	中部	4.2	4.3	4.3	4.3	3.9	3.7
	嘉義縣	4.3	4.4	4.3	4.4	3.2	3.3
	嘉義市	4.3	4.6	4.3	4.5	3.2	2.5
	南部	3.9	4.4	4.5	4.5	3.2	3.0
	其他	2	3	3	4	3	2
櫃檯區	北部	3.5	3.5	3.6	3.8	3.7	3.0
	中部	3.9	4.1	4.2	3.9	3.0	2.6
	嘉義縣	4.0	3.9	3.7	3.9	3.8	3.7
	嘉義市	4.1	4.1	4.2	4.3	3.1	3.0
	南部	4.1	4.3	4.2	4.3	3.0	2.6
	其他	3.5	3.9	4.1	4.3	3.2	2.9
地板	北部	3.5	3.9	4.1	3.9	3.1	3.1
	中部	3.4	3.7	3.7	3.8	3.9	3.4
	嘉義縣	3.4	3.8	3.9	4.0	3.4	3.7
	嘉義市	3.5	4.0	4.0	4.0	3.0	2.9

空間形容詞	居住地	可以思考的	緩和的	安心的	放鬆的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
	南部	3.1	3.5	3.6	3.5	3.1	3.0
	其他	3	4	3	3	3	3
牆面	北部	4.1	4.0	3.8	3.9	3.5	2.7
	中部	4.0	3.8	3.9	4.0	4.2	3.7
	嘉義縣	4.0	4.0	4.1	4.3	3.8	3.7
	嘉義市	3.9	4.0	4.0	4.1	3.6	3.0
	南部	3.7	4.1	4.1	4.1	3.6	3.1
	其他	4	4	4	4	4	4
天花板	北部	3.0	3.0	2.9	3.1	2.5	2.3
	中部	3.8	4.0	4.0	4.2	3.8	4.0
	嘉義縣	3.4	3.5	3.6	3.7	3.0	2.7
	嘉義市	3.6	3.7	3.8	3.7	2.9	2.8
	南部	3.3	3.5	3.5	3.5	2.9	2.9
	其他	2	4	4	4	3	2
燈光	北部	3.8	4.2	4.3	4.5	3.2	2.7
	中部	4.0	4.4	4.2	4.3	4.1	3.6
	嘉義縣	4.1	4.4	4.4	4.7	3.5	3.3
	嘉義市	4.3	4.5	4.5	4.6	3.4	3.0
	南部	3.7	4.3	4.2	4.3	3.3	3.2
	其他	3	3	3	4	3	3
色彩	北部	4.0	4.1	4.3	4.3	3.3	2.8
	中部	4.0	4.3	4.4	4.4	4.0	3.8
	嘉義縣	4.2	4.4	4.5	4.5	3.6	3.3
	嘉義市	4.3	4.4	4.5	4.6	3.6	2.9
	南部	3.8	4.3	4.3	4.3	3.6	3.3
	其他	3	3	4	4	4	4
空間氣氛	北部	4.4	4.4	4.4	4.4	3.2	2.9
	中部	4.2	4.4	4.4	4.6	4.3	3.7
	嘉義縣	4.5	4.5	4.5	4.7	3.4	3.3
	嘉義市	4.6	4.5	4.4	4.5	3.5	2.9
	南部	3.9	4.5	4.5	4.6	3.2	3.1
	其他	4	4	5	4	4	4

資料來源：本研究整理

(二) 空間偏好與空間印象之關係分析

1. 「初始印象」方面

電視、報章雜誌、書籍網路上 (16 人, 16.8%)、自己的老家 (31 人, 32.6%)、類似本店的地方 (17 人, 17.9%)、小時候拜訪的長輩家 (23 人, 24.6%)、戶外參訪 (6 人, 6.3%)、其他 (2 人, 2.1%) 的初始印象與空間氣氛感受：

- 座位區：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
- 櫃檯區：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「安心的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「緩和的、安心的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「緩和的、放鬆的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「緩和的、放鬆的」感受。
- 地板：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「安心的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「安心的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
- 牆面：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「可以思考的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「放鬆的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「緩和的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「可以思考的」感受。
- 天花板：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。

「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「緩和的」感受。

「戶外參訪」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。

● 燈光氣氛：

「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「放鬆的」感受。

「自己的老家」族群認為是「放鬆的」感受。

「類似本店的地方」族群認為是「緩和的」感受。

「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「放鬆的」感受。

「戶外參訪」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。

● 色彩：

「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。

「自己的老家」族群認為是「安心的」感受。

「類似本店的地方」族群認為是「放鬆的」感受。

「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「放鬆的」感受。

「戶外參訪」族群認為是「放鬆的」感受。

● 整體空間氣氛：

「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「放鬆的」感受。

「自己的老家」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。

「類似本店的地方」族群認為是「安心的、放鬆的」感受。

「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「放鬆的」感受。

「戶外參訪」族群認為是「緩和的、安心的、放鬆的」感受。

表 51 國王•蝴蝶•秘密基地之初始印象氣氛量表

空間形容詞	初始印象	可以思考的	緩和的	安心的	放鬆的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.1	4.3	4.3	4.4	3.6	3.1
	自己的老家	4.1	4.4	4.3	4.5	3.0	2.6
	類似本店的地方	4.2	4.4	4.4	4.5	3.6	3.1
	小時候的長輩家	4.3	4.4	4.4	4.4	3.3	3.2
	戶外參訪	4.2	4.5	4.5	4.5	3.3	3.0
	其他	4.5	5.0	5.0	5.0	3.0	1.5
櫃檯區	電視、報章雜誌、書籍網路上	3.8	3.9	4.0	4.0	3.5	3.2
	自己的老家	3.8	4.0	4.0	4.2	2.8	2.7
	類似本店的地方	4.1	4.2	4.2	4.1	3.4	3.1
	小時候的長輩家	4.1	4.2	4.1	4.2	3.1	2.7

空間形容詞	初始印象	可以 思考的	緩和的	安心的	放鬆的	老舊的	會讓您想起小 時候的老屋的
	戶外參訪	4.0	4.2	4.0	4.2	3.2	3.0
	其他	4.0	5.0	5.0	5.0	4.0	1.0
地板	電視、報章雜誌、書籍網路上	3.6	4.1	4.1	4.1	3.9	3.5
	自己的老家	3.4	3.8	3.9	3.8	2.9	3.0
	類似本店的地方	3.1	3.6	3.8	3.7	2.9	3.2
	小時候的長輩家	3.5	3.8	3.9	3.9	3.5	3.3
	戶外參訪	3.2	3.7	3.7	3.7	3.0	3.0
	其他	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0	3.0
牆面	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.4	4.2	4.1	4.2	3.8	3.5
	自己的老家	3.8	4.0	4.0	4.2	3.5	3.1
	類似本店的地方	4.1	3.9	4.1	4.2	3.8	3.1
	小時候的長輩家	3.8	4.1	3.9	4.0	3.9	3.3
	戶外參訪	3.8	3.5	3.5	3.5	3.3	3.0
	其他	3.5	3.5	3.5	3.5	3.0	1.5
天花板	電視、報章雜誌、書籍網路上	3.5	3.7	3.7	3.8	3.1	3.1
	自己的老家	3.1	3.3	3.3	3.3	2.6	2.5
	類似本店的地方	3.3	3.4	3.5	3.5	3.0	2.9
	小時候的長輩家	3.7	3.8	3.7	3.7	3.1	2.7
	戶外參訪	3.3	3.3	3.3	3.5	2.8	3.0
	其他	4.0	4.0	5.0	5.0	3.5	2.5
燈光	電視、報章雜誌、書籍網路上	3.9	4.4	4.5	4.6	3.8	3.8
	自己的老家	3.9	4.3	4.3	4.5	3.3	2.9
	類似本店的地方	4.2	4.5	4.4	4.4	3.6	3.2
	小時候的長輩家	4.0	4.3	4.3	4.5	3.3	3.0
	戶外參訪	3.8	4.0	4.2	4.2	3.3	3.2
	其他	5.0	5.0	5.0	5.0	2.0	1.0
色彩	電視、報章雜誌、書籍網路上	3.9	4.4	4.4	4.4	3.8	3.6
	自己的老家	4.0	4.2	4.4	4.3	3.3	3.0
	類似本店的地方	4.4	4.4	4.4	4.6	3.8	3.3
	小時候的長輩家	4.1	4.3	4.5	4.6	3.7	3.1
	戶外參訪	3.5	3.8	4.0	4.2	3.3	3.2
	其他	5.0	5.0	5.0	5.0	3.5	1.0
空間氣氛	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.4	4.6	4.6	4.8	3.8	3.5
	自己的老家	4.3	4.5	4.5	4.5	3.3	2.9
	類似本店的地方	4.4	4.4	4.5	4.5	3.4	3.2

空間形容詞	初始印象	可以思考的	緩和的	安心的	放鬆的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
	小時候的長輩家	4.5	4.4	4.4	4.5	3.4	3.2
	戶外參訪	4.2	4.3	4.3	4.3	3.3	3.2
	其他	5.0	5.0	5.0	5.0	3.5	1.0

資料來源：本研究整理

2. 「到訪次數」方面

第 1 次 (42 人, 44%)、2-5 次 (23 人, 24%)、6 (含) 次以上 (30 人, 32%)。到訪次數「2-5 次」的受試者空間感受高於其他次數。

表 52 國王・蝴蝶・秘密基地之到訪次數氣氛量表

	1 次	2-5 次	6 次以上	最高
座位區的氣氛總和	4.0	3.9	3.9	1 次
櫃檯區的氣氛總和	3.8	3.8	3.6	1 次、2-5 次
地板的氣氛總和	3.6	3.8	3.4	2-5 次
牆面的氣氛總和	3.8	3.8	3.8	
天花板的氣氛總和	3.3	3.6	3.0	2-5 次
燈光的氣氛總和	4.0	4.1	3.8	2-5 次
色彩的氣氛總和	4.0	4.1	3.8	2-5 次
空間氣氛的氣氛總和	4.1	4.2	4.0	2-5 次

資料來源：本研究整理

3. 「停留時間」方面

30 分鐘內 (2 人, 2.1%)、30-60 分鐘 (32 人, 33.7%)、60-120 分鐘 (33 人, 34.7%)、120 分鐘以上 (30 人, 29.8%)。

停留時間「60-120 分鐘」與「120 分鐘以上」的受試者空間感受普遍高於其他停留時間受試者的空間感受。

表 53 國王・蝴蝶・秘密基地之停留時間氣氛量表

停留時間	30	30-60	60-120	120	最高
座位區的氣氛總和	3.8	3.9	4.0	4.0	60-120、120
櫃檯區的氣氛總和	4.3	3.7	3.7	3.7	
地板的氣氛總和	3.4	3.6	3.5	3.6	30-60、120
牆面的氣氛總和	3.0	3.7	3.8	3.9	120
天花板的氣氛總和	3.4	3.5	3.1	3.3	30-60
燈光的氣氛總和	3.9	3.9	4.0	4.0	60-120、120
色彩的氣氛總和	4.0	4.0	4.0	4.0	
空間氣氛的氣氛總和	3.7	4.1	4.1	4.1	

資料來源：本研究整理

4. 「所屬色系」方面

紅色系（31 人，36.2%）、棕色系（34 人，65.8%）、橙色系（11 人，11.6%）、黃色系（11 人，11.6%）、灰色系（2 人，2.1%）、黑色系（6 人，6.3%）。

由圖 147 得知國王・蝴蝶・秘密基地為棕色系，棕色系的空間氛圍給受試者的感受為安心、放鬆的感受。

表 54 國王・蝴蝶・秘密基地之所屬色系空間氣氛量表

色彩	可以思考的	緩和的	安心的	放鬆的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的	空間感受為
紅色系	4.1	4.4	4.4	4.6	3.5	2.9	放鬆的
棕色系	4.0	4.3	4.4	4.4	3.5	3.1	安心的、放鬆的
橙色系	4.0	4.1	4.2	4.5	3.8	3.5	放鬆的
黃色系	3.9	4.3	4.5	4.5	4.0	3.7	安心的、放鬆的
綠色系	-	-	-	-	-	-	-
藍色系	-	-	-	-	-	-	-
紫色系	-	-	-	-	-	-	-
灰色系	5.0	5.0	4.5	4.5	3.0	3.0	-
黑色系	4.0	4.0	4.7	4.3	3.0	2.7	安心的
白色系	-	-	-	-	-	-	-

資料來源：本研究整理

（三）個人屬性與空間偏好分析

1. 個人屬性與色系之分析

（1）「性別」與「色系」分析

紅色系的女性人數為 20 人，男性人數為 11 人；棕色系的女性人數為 20 人，男性為 14 人；橙色系的女性人數為 6 人，男性人數為 5 人；黃色系的女性人數為 6 人，男性人數為 5 人；灰色系的女性人數為 2 人，男性為 0 人；黑色系的女性人數為 4 人，男性為 2 人。女性認為國王・蝴蝶・秘密基地為「紅色系」與「棕色系」，男性則認為是「棕色系」。

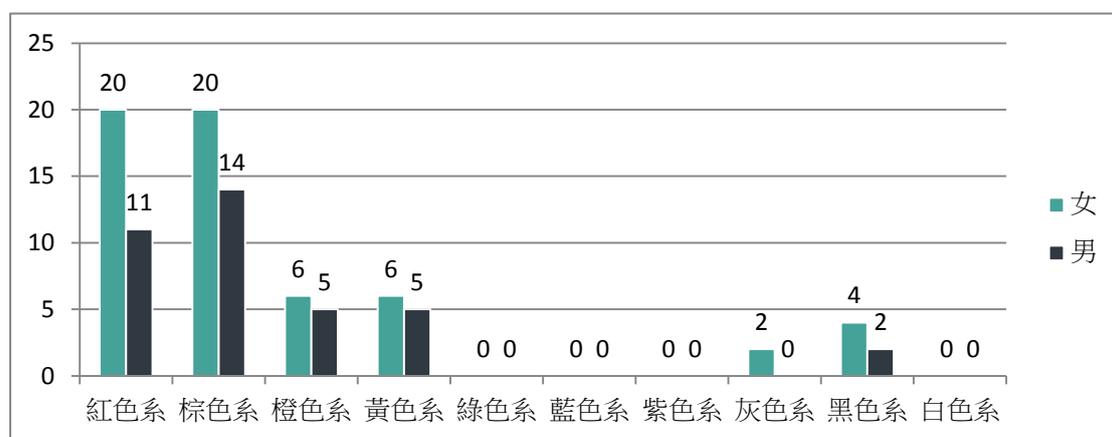


圖 148 國王・蝴蝶・秘密基地之性別與色系長條圖

(2) 「年齡」與「色系」分析

國王・蝴蝶・秘密基地各年齡的受試者中，20 歲以下受試者認為是「紅色系」；21-30 歲受試者認為是「棕色系」；31-40 歲受試者認為是「紅色系」；41-50 歲受試者認為是「棕色系」。

表 55 國王・蝴蝶・秘密基地之年齡與色系

	紅	棕	橙	黃	綠	藍	紫	灰	黑	白
20	5	3	2	2	-	-	-	-	1	-
21-30	20	22	9	6	-	-	-	2	4	-
31-40	6	3	-	3	-	-	-	-	1	-
41-50	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-
50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

資料來源：本研究整理

(3) 「教育程度」與「色系」分析

國王・蝴蝶・秘密基地教育程度「高中職」受試者認為是「紅色系」；「大專院校」受試者認為「紅色、棕色系」；「研究所」受試者認為是「棕色系」。

表 56 國王・蝴蝶・秘密基地之教育程度與色系

	紅	棕	橙	黃	綠	藍	紫	灰	黑	白
國中（含）以下	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
高中職	3	0	1	-	-	-	-	-	-	-
大專院校	24	24	9	9	-	-	-	1	5	-
研究所	4	9	1	2	-	-	-	1	1	-

資料來源：本研究整理

(4) 「專業背景」與「色系」分析

國王・蝴蝶・秘密基地的受試者中，空間專業背景者認為是「棕色系」；美學專業背景者認為是「紅色系」；教育專業背景者認為是「紅色系」；社會專業背景者認為是「棕色系」；其他專業背景者認為是「棕色系」；無專業背景者認為是「紅色系」。

表 57 國王・蝴蝶・秘密基地之專業背景與色系

	紅	棕	橙	黃	綠	藍	紫	灰	黑	白
空間專業背景	-	2	-	1	-	-	-	-	1	-
美學專業背景	2	1	-	1	-	-	-	1	-	-
教育專業背景	3	2	1	2	-	-	-	-	-	-
社會專業背景	1	3	2	1				1	1	
其他專業背景	10	19	5	2	-	-	-	-	2	-
無專業背景	15	7	3	4	-	-	-	-	2	-

資料來源：本研究整理

2. 個人屬性與老屋初始印象之分析

(1) 「年齡」與「老屋初始印象」分析

國王・蝴蝶・秘密基地受試者中，各年齡層對老屋初始印象，「20 歲以下」多為「電視、章雜誌、書籍網路上」；「21-30 歲」多為「自己的老家」；「31-40 歲」多為「自己的老家」；「41-50 歲」無明顯差異。

表 58 國王・蝴蝶・秘密基地之年齡與老屋初始印象

	電視、報章雜誌、 書籍網路上	自己的老家	類似本店的地方	小時候拜訪的長輩家	戶外參訪	其他
20	5	4	-	4	-	
21-30	7	21	15	16	5	1
31-40	3	4	2	3	-	1
41-50	1	2	-	-	1	
51	--	-	-	-	-	-

資料來源：本研究整理

(2) 「居住地」與「老屋初始印象」分析

國王・蝴蝶・秘密基地的受試者中，居住地對老屋初始印象，「北部」多為「自己的老家、小時候拜訪的長輩家」；「中部」無明顯差異；「嘉義縣」多為「小時候拜訪的長輩家」；「嘉義市」多為「自己的老家」；「南部」多為「自己的老家」與「類似本店的地方」。

表 59 國王・蝴蝶・秘密基地之居住地與老屋初始印象

	電視、章雜誌、 書籍網路上	自己的老家	類似本店的地方	小時候拜訪的長輩家	戶外參訪	其他
北部	3	6	3	6	2	-
中部	2	2	2	1	2	-
嘉義縣	5	5	5	8	-	-
嘉義市	4	12	2	6	1	2
南部	2	5	5	2	1	-
其他	-	1	-	-	-	-

資料來源：本研究整理

3. 個人屬性與空間要素之分析

(1) 「專業背景」與「空間要素」分析

國王・蝴蝶・秘密基地的受試者中「空間專業背景」的族群認為「桌椅樣式」、「燈光、照明氣氛」為空間要素；「美學專業背景」認為「燈光、照明氣氛」為空間要素；「教育專業背景」認為「整體色彩」為空間要素；「社會專業背景」認為「燈光、照明氣氛」為空間要素；「其他專業背景」認為是「整體色彩」為空間要素；「無專業背景」認為是「燈光、照明氣氛」為空間要素。

表 60 國王・蝴蝶・秘密基地之專業背景與空間要素

	桌椅樣式	整體色彩	燈光、照明氣氛	天花板設計	擺設品	地板設計	牆面設計	其他
空間專業背景	3	2	3	-	2	-	2	-
美學專業背景	3	3	4	-	3	1	1	-
教育專業背景	3	6	5	1	2	-	4	1
社會專業背景	4	6	8	-	4	-	4	
其他專業背景	15	28	26	3	18	4	19	4
無專業背景	13	14	26	4	14	4	16	2

資料來源：本研究整理

第四節、芙甜 分析資料

一、基礎調查結果

(一) 受試者基本資料

此部分將說明受試者基本資料，包括：「性別」、「年齡」、「教育程度」、「專業背景」、「居住地」五種變項，共計五題。本研究之有效樣本共 96 份，經統計後，人口統計變項分布情形如下：

1. 性別

在調查的 96 份問卷中，芙甜男性的受訪人有 22 位，佔樣本數的 23%；女性的受訪人有 74 位，佔樣本數的 77%。顯示受試者中女性多於男性超過兩倍之多。

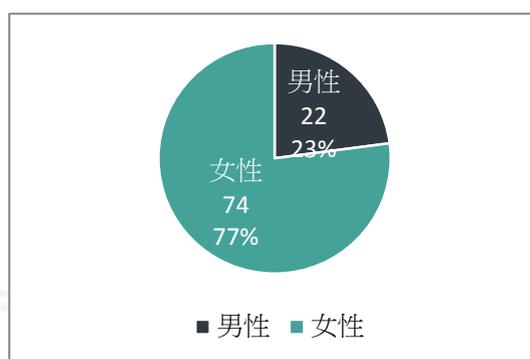


圖 149 芙甜性別圓餅圖

2. 年齡

在調查的 96 份問卷中，芙甜 20 歲以下 16 人，佔樣本數的 16.7%；21-30 歲 54 人，佔樣本數的 56.3%；31-40 歲 12 人，佔樣本數 12.5%；41-50 歲 12 人，占樣本數 12.5%；51 歲以上 2 人，佔樣本數 2.1%。顯示受試者中 21-30 歲的消費者為大宗。

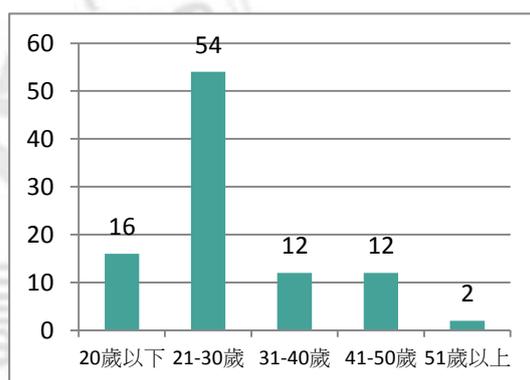


圖 150 芙甜年齡長條圖

3. 教育程度

在調查的 96 份問卷中，芙甜教育程度國中（含）以下為 4 人，佔樣本數的 4.2%；高中職為 12 人，佔樣本數的 12.5%；大專院校為 68 人，佔樣本數 70.8%；研究所為 12 人，佔樣本數的 12.5%。顯示受試者中以大專院校的消費者居多。

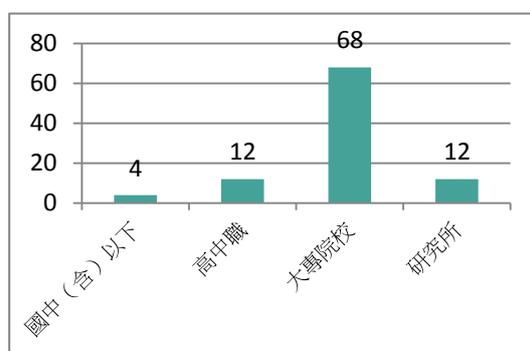


圖 151 芙甜教育程度長條圖

4. 專業背景

在調查的 96 份問卷中，將專業背景分類，芙甜，有 2 人具有空間專業背景，佔樣本數的 2%；有 4 人具有美學專業背景，佔樣本數的 4%；有 44 人為其他，佔樣本數的 46%；有 46 人為無專業背景，佔樣本數的 48%。

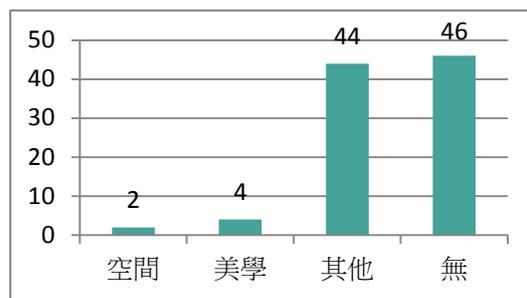


圖 152 芙甜專業背景長條圖

5. 居住地

在調查的 96 份問卷中，芙甜北部的消費者為 8 人，佔總樣本數的 8.3%；中部的消費者為 8 人，佔樣本數的 8.3%；嘉義縣的消費者為 22 人，佔樣本數的 22.9%；嘉義市的消費者為 28 人，佔樣本數的 29.2%；南部的消費者為 26 人，佔樣本數的 27.1%；其他地區的消費者為 4 人，佔樣本數的 4.2%。顯示受試者中在地的消費者居多，但差異不大，嘉義縣與嘉義市的消費者為 50 人，其他地區總合為 46 人。

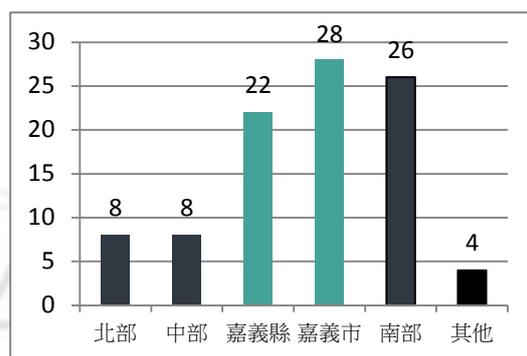


圖 153 芙甜居住地長條圖

(二) 空間基本調查

1. 老屋初始印象

在調查的 96 份問卷中，芙甜的受試者對與「老屋」初始印象來自於「電視、報章雜誌、書籍網路上」有 24 人，佔樣本數的 25%；「自己的老家」有 14 人，佔樣本數的 14.6%；「類似本店的地方」有 32 人，佔樣本數的 33.3%；「小時候拜訪的長輩家」有 14 人，佔樣本數的 14.6%；「戶外參訪」有 4 人，佔樣本數的 4.2%，「其他」有 8 人，佔樣本數的 8.3%。顯示受是對於「老屋」的印象多為「類似本店的地方」的地方。

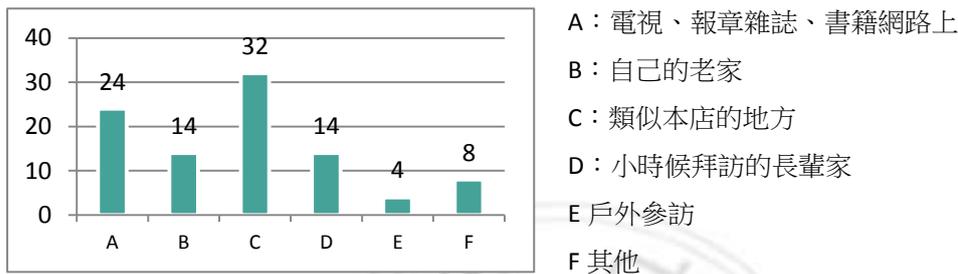


圖 154 芙甜老屋初始印象長條圖

2. 空間三要素

在調查的 96 份問卷中，芙甜的受試者認為空間中最重要三要素分別為：

- (1) 燈光、照明氣氛在 96 份樣本中提到次數 74 (26%)。
- (2) 整體色彩在 96 份樣本中提到次數 52 (18%)
- (3) 牆面設計在 96 份樣本中提到次數 50 (17%)。
- (4) 桌椅樣式在 96 份樣本中提到次數 46 (16%)。
- (5) 擺設品在 96 份樣本中提到次數 38 (13%)。
- (6) 天花板設計在 96 份樣本中提到次數 22 (8%)。
- (7) 地板設計在 96 份樣本中提到次數 6 (2%)。
- (8) 其他在 96 份樣本中提到次數 0 (0%)。

顯示整體空間內最重要的元素為「燈光、照明氣氛」、「整體色彩」、「牆面設計」。

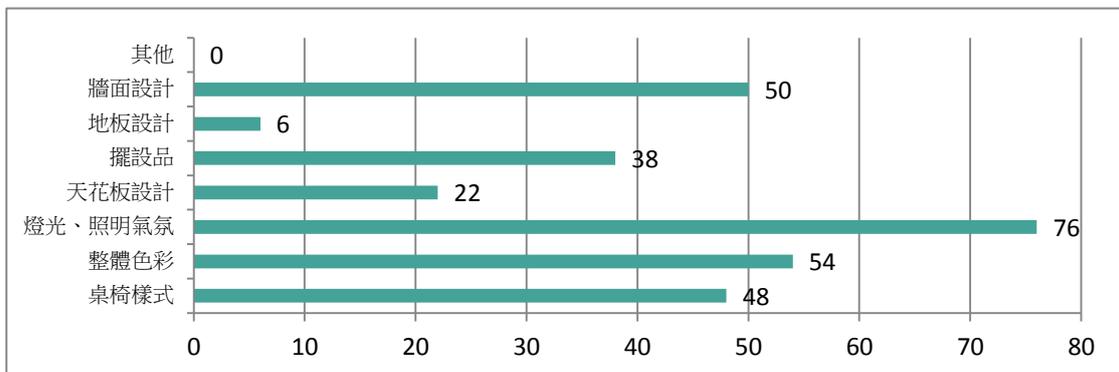


圖 155 芙甜空間要素長條圖

3. 到訪次數

在調查的 96 份問卷中，芙甜的受試者中，第一次到訪本店的人數為 60 人，佔樣本數的 63%；2-5 次的人數為 30 人，佔樣本數的 31%；6（含）次以上為 6 人，佔樣本數的 6%。顯示多第一次到訪的消費者多於多次到訪的消費者。

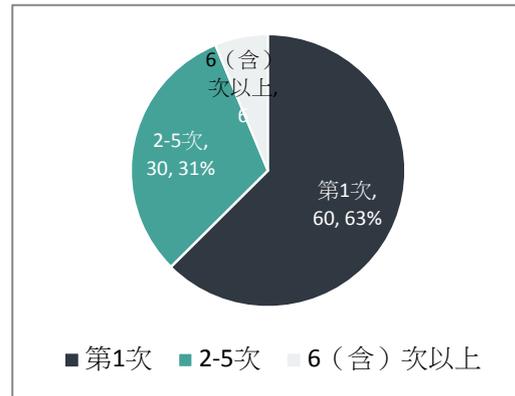


圖 156 芙甜到訪次數圓餅圖

4. 停留時間

在調查的 96 份問卷中，芙甜的受試者停留時間「30 分鐘內」為 10 人，佔樣本數的 10.4%；「30-60 分鐘」為 58 人，佔樣本數的 60.4%；「60-120 分鐘」為 20 人，佔樣本數 20.8%，「120 分鐘以上」為 8 人，佔樣本數 8.3%。

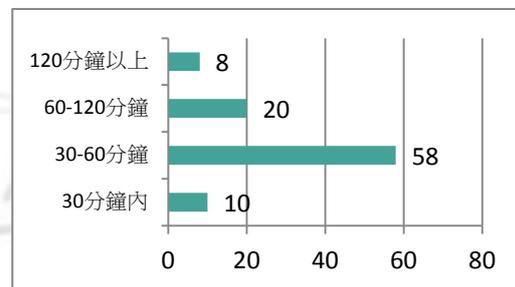


圖 157 芙甜停留時間長條圖

5. 所屬色系

在調查的 96 份問卷中，芙甜的受試者，有 40 人（41.7%）認為是棕色系；4 人（4.2%）認為是橙色系；36 人（37.5%）認為是黃色系；2 人（2.1%）認為是綠色系；2 人（2.1%）認為是紫色系；2 人（2.1%）認為是灰色系；2 人（2.1%）認為是黑色系；8 人（8.3%）認為是白色系。顯示較多受試者認為芙甜的色彩屬於棕色系與黃色系。

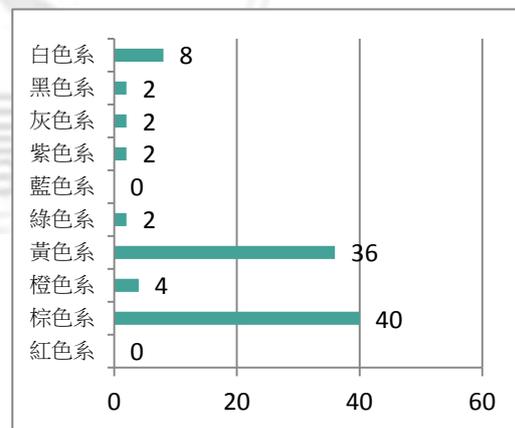


圖 158 芙甜所屬色系長條圖

二、空間印象分析

表 61 芙甜整體氣氛量表

	溫暖的	沒有隔閡的	不細膩的	奢華的	歐式鄉村的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的	最終空間氣氛
座位區	3.9	3.6	2.9	2.8	3.2	2.9	3.1	溫暖的
櫃檯區	3.6	3.5	2.9	2.8	3.1	3.0	2.9	溫暖的
地板	3.5	3.5	3.1	2.6	3.2	3.5	3.6	溫暖的、沒有隔閡的
牆面	3.7	3.7	2.9	2.6	3.3	3.3	3.4	溫暖的、沒有隔閡的
天花板	3.6	3.5	3.1	2.7	3.3	3.6	3.6	溫暖的
燈光	4.3	3.7	2.8	2.8	3.4	3.2	3.3	溫暖的
色彩	4.1	3.7	2.9	2.8	3.4	3.3	3.3	溫暖的
空間氣氛	4.1	3.8	3.0	2.8	3.4	3.3	3.4	溫暖的

資料來源：本研究整理

芙甜的空間氣氛：

- | | | |
|-----|------------------|-----------|
| (1) | 座位區的空間氣氛是讓人覺得 | 溫暖的 |
| (2) | 櫃檯區的空間氣氛是讓人覺得 | 溫暖的 |
| (3) | 地板的視覺效果是讓人覺得 | 溫暖的、沒有隔閡的 |
| (4) | 牆面的視覺效果是讓人覺得 | 溫暖的、沒有隔閡的 |
| (5) | 天花板的視覺效果是讓人覺得 | 溫暖的 |
| (6) | 燈光照明的氣氛效果是讓人覺得 | 溫暖的 |
| (7) | 空間整體的色彩視覺效果是讓人覺得 | 溫暖的 |
| (8) | 整間店的空間氣氛是讓人覺得 | 溫暖的 |

座位區的空間氣氛讓人覺得是溫暖的（3.9）空間感受，奢華的（2.8）空間氣氛感受較低。

櫃檯區的空間氣氛讓人覺得是溫暖的（3.6）空間感受，奢華的的（2.8）空間氣氛感受較低。

地板的視覺感受是溫暖的（3.5）、沒有隔閡的的（3.5）感受，奢華的的（2.6）空間氣氛感受較低。

牆面的視覺感受是溫暖的（3.7）、沒有隔閡的（3.7）感受，奢華的（2.6）空間氣氛感受較低。

天花板的視覺感受是溫暖的（3.6）感受，奢華的（2.7）空間氣氛感受較低。

燈光照明的氣氛是溫暖的（4.3）感受，不細膩的的（2.8）、奢華的（2.8）空間氣氛感受較低。

空間整體的色彩氣氛是溫暖的（4.1）感受，奢華的（2.8）空間氣氛感受較低。整間店的空間氣氛是溫暖的（4.1）感受，奢華的（2.8）氣氛較其他感受低。而「老舊的」感受除了在「座位區」為「不同意」（2.9）的分數外，其他都在「尚可」的分數裡，「會讓您想起小時候的老屋的」除了在「櫃檯區」為「不同意」（2.9）的分數外，其他都在「尚可」的分數裡。

三、族群空間偏好分析

依據上述資料分析空間氣氛量表之關係：

（一）個人屬性變項與空間印象之差異

1. 「性別」方面：

芙甜的空間氣氛「兩性」比較：

「女性」（74人，77.1%）與「男性」（22人，22.9%）的空間氣氛感受：

- 在座位區的感受中，「不細膩的」感受女性（2.7）與男性（3.4）差異-0.7。女性認為是「溫暖的」；男性認為是「沒有隔閡的」感受。
- 櫃檯區的感受中，「不細膩的」感受女性（2.7）與男性（3.4）差異-0.7；「奢華的」感受女性（2.6）與男性（3.4）差異-0.8。女性認為是「溫暖的、沒有隔閡的」；男性認為是「溫暖的」感受。
- 地板的感受中，「不細膩的」感受女性（3.0）與男性（3.5）差異-0.5；「奢華的」感受女性（2.5）與男性（3.0）差異-0.5；「老舊的」感受女性（3.4）與男性（3.9）差異-0.5。女性認為是「溫暖的、沒有隔閡的」；男性認為是「溫暖的」感受。
- 牆面的感受中，「不細膩的」感受女性（2.7）與男性（3.3）差異-0.6；「奢華的」感受女性（2.5）與男性（3.0）差異-0.5。女性認為是「溫暖的」；男性認為是「沒有隔閡的」感受。
- 天花板的感受，「老舊的」感受女性（3.5）與男性（4.1）差異-0.6。女性與男性皆認為是「溫暖的」感受。
- 燈光的感受中，「奢華的」感受女性（2.6）與男性（3.4）差異-0.8。女性與男性均認為是「溫暖的」感受。
- 色彩的感受中，「不細膩的」感受女性（2.8）與男性（3.5）差異-0.7；「奢華的」感受女性（2.6）與男性（3.5）差異-0.9。女性與男性均認為是「溫暖的」感受。
- 空間氣氛的感受中，「不細膩的」感受女性（2.8）與男性（3.6）差異-0.6；「奢華的」感受女性（2.6）與男性（3.1）差異-0.5。女性與男性皆認為是「溫暖的」感受。

表 62 芙甜之性別氣氛量表

空間形容詞	性別	溫暖的	沒有隔閡的	不細膩的	奢華的	歐式鄉村的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的	最終空間氣氛
座位區	女	3.9	3.5	2.7	2.7	3.2	2.9	3.2	溫暖的
	男	3.8	3.9	3.4	3.3	3.3	2.8	3.0	沒有隔閡的
櫃檯區	女	3.5	3.5	2.7	2.6	3.1	3.0	3.0	溫暖的、沒有隔閡的
	男	3.8	3.5	3.4	3.2	3.2	3.0	2.8	溫暖的
地板	女	3.4	3.4	3.0	2.5	3.2	3.4	3.5	溫暖的、沒有隔閡的
	男	3.8	3.6	3.5	3.0	3.3	3.9	3.6	溫暖的
牆面	女	3.7	3.6	2.7	2.5	3.2	3.3	3.4	溫暖的
	男	3.6	3.8	3.3	3.0	3.5	3.5	3.5	沒有隔閡的
天花板	女	3.6	3.5	3.0	2.6	3.3	3.5	3.5	溫暖的
	男	3.8	3.6	3.4	3.0	3.5	4.1	3.9	溫暖的
燈光	女	4.2	3.7	2.7	2.6	3.4	3.2	3.4	溫暖的
	男	4.5	3.7	3.0	3.4	3.5	3.1	3.2	溫暖的
色彩	女	4.1	3.8	2.8	2.6	3.4	3.2	3.3	溫暖的
	男	4.0	3.5	3.5	3.5	3.6	3.6	3.5	溫暖的
空間氣氛	女	4.1	3.9	2.8	2.6	3.4	3.2	3.3	溫暖的
	男	4.0	3.6	3.6	3.1	3.5	3.6	3.6	溫暖的

資料來源：本研究整理

2. 「年齡」方面：

20 歲以下 (16 人, 16.7%)、21-30 歲 (54 人, 56.3%)、31-40 歲 (12 人, 12.5%)、41-50 歲 (12 人, 12.5%)、51 歲以上 (2 人, 2.1%) 年齡與空間氣氛感受：

- 座位區：
20 歲以下的受試者認為是「溫暖的」感受；21-30 歲認為是「溫暖的」的感受；31-40 歲認為是「沒有隔閡的」感受；41-50 歲認為是「溫暖的」感受。
- 櫃檯區：
20 歲以下的受試者認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受；21-30 歲認為是「溫暖的」的感受；31-40 歲認為是「沒有隔閡的」感受；41-50 歲認為是「溫暖的」感受。
- 地板：
20 歲以下的受試者認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受；21-30 歲認為是「溫暖的」的感受；31-40 歲認為是「沒有隔閡的、老舊的」感受；41-50 歲認為是「溫暖的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。

- 牆面：
20 歲以下的受試者認為是「沒有隔閡的」感受；21-30 歲認為是「溫暖的、沒有隔閡的」的感受；31-40 歲認為是「沒有隔閡的」感受；41-50 歲認為是「溫暖的」感受。
- 天花板：
20 歲以下的受試者認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受；21-30 歲認為是「溫暖的」的感受；31-40 歲認為是「沒有隔閡的、不細膩的、老舊的」感受；41-50 歲認為是「溫暖的」感受。
- 燈光氣氛：
20 歲以下的受試者認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受；21-30 歲認為是「放溫暖的」的感受；31-40 歲認為是「溫暖的」感受；41-50 歲認為是「溫暖的」感受。
- 色彩：
20 歲以下的受試者認為是「溫暖的」感受；21-30 歲認為是「溫暖的」的感受；31-40 歲認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受；41-50 歲認為是「溫暖的、老舊的」感受。
- 整體空間氣氛：
20 歲以下的受試者認為是「溫暖的」感受；21-30 歲認為是「溫暖的」的感受；31-40 歲認為是「不細膩的」感受；41-50 歲認為是「溫暖的」感受。

表 63 芙甜之年齡氣氛量表

空間形容詞	年齡	溫暖的	沒有隔閡的	不細膩的	奢華的	歐式鄉村的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	20	4.4	4.3	3.1	3.8	3.8	3.5	3.4
	21-30	3.9	3.6	2.6	2.7	3.3	2.8	3.0
	31-40	3.2	3.5	3.2	2.2	2.7	2.5	3.2
	41-50	3.8	3.0	3.2	2.8	3.2	3.2	3.5
	50	3.0	4.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0
櫃檯區	20	3.9	3.9	3.0	3.5	3.6	3.6	3.5
	21-30	3.7	3.5	2.8	2.7	3.1	2.7	2.7
	31-40	3.0	3.3	3.0	2.3	3.0	3.0	3.0
	41-50	3.5	3.0	2.8	2.7	3.0	3.2	3.3
	50	3.0	4.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0
地板	20	4.1	4.1	3.0	3.5	3.8	3.9	4.0
	21-30	3.5	3.4	3.0	2.6	3.2	3.2	3.4
	31-40	3.0	3.2	3.0	1.8	2.7	4.2	3.7

空間形容詞	年齡	溫暖的	沒有隔閡的	不細膩的	奢華的	歐式鄉村的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
	41-50	3.0	3.3	3.3	2.7	3.2	3.7	3.7
	50	4.0	4.0	4.0	2.0	3.0	4.0	4.0
牆面	20	3.9	4.1	2.8	3.6	3.8	3.4	3.3
	21-30	3.6	3.6	2.9	2.6	3.2	3.3	3.3
	31-40	3.7	3.8	2.5	1.8	3.2	3.5	3.5
	41-50	3.8	3.5	3.2	2.3	3.2	3.3	3.7
	50	3.0	3.0	3.0	2.0	2.0	2.0	3.0
天花板	20	4.1	4.1	3.1	4.0	3.8	3.6	3.6
	21-30	3.6	3.4	3.0	2.6	3.4	3.6	3.6
	31-40	3.2	3.3	3.3	1.8	3.0	3.8	3.5
	41-50	3.7	3.2	3.2	2.3	3.2	3.5	3.8
	50	3.0	4.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0
燈光	20	4.6	4.6	3.3	4.1	4.3	3.9	4.4
	21-30	4.3	3.4	2.7	2.6	3.2	3.0	3.0
	31-40	4.0	3.7	2.0	2.2	3.5	2.8	3.2
	41-50	4.2	3.7	3.3	2.3	3.2	3.8	3.7
	50	3.0	3.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0
色彩	20	4.6	4.4	3.3	4.0	3.9	3.9	3.9
	21-30	4.1	3.6	2.7	2.6	3.4	3.0	3.2
	31-40	3.8	3.8	2.8	2.3	3.3	3.5	3.2
	41-50	3.5	3.2	3.3	2.7	3.2	3.5	3.5
	50	4.0	3.0	3.0	2.0	2.0	2.0	2.0
空間氣氛	20	4.6	4.5	3.5	4.0	4.3	3.8	3.8
	21-30	4.3	3.8	2.7	2.7	3.4	3.1	3.3
	31-40	2.7	3.3	3.5	1.8	2.8	3.3	3.3
	41-50	4.2	3.5	3.5	2.5	3.2	3.5	3.5
	50	3.0	3.0	2.0	2.0	2.0	3.0	2.0

資料來源：本研究整理

3. 「教育程度」方面：

國中(含)以下(4人,4.2%)、高中職(12人,12.5%)、大專院校(68人,70.8%)、研究所(12人,12.5%)與空間氣氛感受：

- 座位區：
教育程度「國中(含)以下」族群認為是「沒有隔閡的」感受
教育程度「高中職」族群認為是「溫暖的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「溫暖的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「溫暖的」感受。
- 櫃檯區：
教育程度「國中(含)以下」族群認為是「沒有隔閡的、奢華的」感受
教育程度「高中職」族群認為是「溫暖的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「溫暖的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
- 地板：
教育程度「國中(含)以下」族群認為是「溫暖的」感受
教育程度「高中職」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的、老舊的」感受。
教育程度「大專院校」的族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的、不細膩的、老舊的」感受。
- 牆面：
教育程度「國中(含)以下」族群認為是「溫暖的」感受
教育程度「高中職」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
教育程度「大專院校」族群認為是「沒有隔閡的」感受。
教育程度「研究所」族群認為是「溫暖的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
- 天花板：
教育程度「國中(含)以下」群認為是「沒有隔閡的」感受
教育程度「高中職」群認為是「溫暖的」感受。
教育程度「大專院校」群認為是「溫暖的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
教育程度「研究所」群認為是「溫暖的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
- 燈光氣氛：
教育程度「國中(含)以下」族群認為是「溫暖的」感受
教育程度「高中職」族群認為是「溫暖的」感受。

教育程度「大專院校」族群認為是「溫暖的」感受。

教育程度「研究所」族群認為是「溫暖的」感受。

● 色彩：

教育程度「國中（含）以下」族群認為是「溫暖的」感受

教育程度「高中職」族群認為是「溫暖的」感受。

教育程度「大專院校」族群認為是「溫暖的」感受。

教育程度「研究所」族群認為是「溫暖的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。

● 整體空間氣氛：

教育程度「國中（含）以下」族群認為是「沒有隔閡的」感受

教育程度「高中職」族群認為是「溫暖的」感受。

教育程度「大專院校」族群認為是「溫暖的」感受。

教育程度「研究所」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。

表 64 芙甜之教育程度氣氛量表

空間形容詞	教育程度	溫暖的	沒有隔閡的	不細膩的	奢華的	歐式 鄉村的	老舊的	會讓您想起小 時候的老屋的
座位區	國中（含）以下	3.5	4.0	2.5	3.0	2.5	2.5	3.5
	高中職	3.8	3.2	2.8	2.5	3.0	2.8	3.2
	大專院校	3.9	3.7	2.9	3.0	3.3	2.9	3.1
	研究所	4.0	3.5	3.0	2.2	3.3	3.0	3.5
櫃檯區	國中（含）以下	3.0	3.5	2.5	3.5	2.5	2.5	3.0
	高中職	3.0	2.8	2.7	2.3	2.7	3.2	2.8
	大專院校	3.6	3.5	2.9	2.9	3.2	3.0	2.9
	研究所	4.0	4.0	2.7	2.3	3.3	3.0	3.3
地板	國中（含）以下	4.0	3.0	2.5	2.5	2.5	3.5	3.5
	高中職	3.0	3.0	2.8	2.2	3.0	3.5	3.2
	大專院校	3.6	3.6	3.1	2.7	3.3	3.5	3.6
	研究所	3.2	3.2	3.2	2.7	3.3	3.7	3.8
牆面	國中（含）以下	4.0	3.5	3.0	2.5	3.0	3.0	3.0
	高中職	3.2	3.2	2.8	2.3	3.0	2.8	3.0
	大專院校	3.7	3.8	2.8	2.7	3.4	3.3	3.4
	研究所	3.8	3.5	3.0	2.3	3.2	3.8	4.0
天花板	國中（含）以下	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.5	3.0
	高中職	3.3	3.2	2.8	2.8	2.8	3.0	3.2
	大專院校	3.7	3.5	3.1	2.7	3.4	3.7	3.7
	研究所	3.7	3.5	3.0	2.2	3.5	3.7	3.8

空間形容詞	教育程度	溫暖的	沒有隔閡的	不細膩的	奢華的	歐式鄉村的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
燈光	國中（含）以下	4.0	3.5	2.5	2.5	3.0	2.5	2.5
	高中職	4.3	4.0	3.0	2.8	4.0	3.3	4.0
	大專院校	4.3	3.6	2.7	2.9	3.3	3.3	3.2
	研究所	4.0	3.7	2.8	2.3	3.3	3.0	3.3
色彩	國中（含）以下	4.0	3.5	3.0	2.5	3.0	2.5	2.5
	高中職	4.0	3.7	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3
	大專院校	4.1	3.8	2.8	2.8	3.5	3.3	3.3
	研究所	3.8	3.5	3.0	2.3	3.3	3.2	3.8
空間氣氛	國中（含）以下	3.5	4.0	3.5	2.5	3.5	2.5	2.5
	高中職	4.2	3.8	3.3	2.8	3.7	3.3	3.5
	大專院校	4.1	3.8	3.0	2.8	3.4	3.4	3.4
	研究所	3.8	3.8	2.8	2.3	3.2	2.8	3.7

資料來源：本研究整理

4. 「專業背景」方面：

空間專業（2人，2%）、美學專業（4人，4%）、其他專業（44人，46%）、無專業（46人，48%）與空間氣氛感受：

- 座位區：
 - 「美學專業」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「溫暖的」感受。
- 櫃檯區：
 - 「美學專業」族群認為是「沒有隔閡的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「溫暖的」感受。
- 地板：
 - 「美學專業」族群認為是「溫暖的、不細膩的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「沒有隔閡的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「溫暖的、老舊的」感受。
- 牆面：
 - 「美學專業」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的、歐式鄉村的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「沒有隔閡的」感受。

- 天花板：
 - 「美學專業」族群認為是「沒有隔閡的、老舊的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「溫暖的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「溫暖的」感受。
- 燈光氣氛：
 - 「美學專業」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「溫暖的」感受。
- 色彩：
 - 「美學專業」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「溫暖的」感受。
- 整體空間氣氛：
 - 「美學專業」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
 - 「其他專業」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「無專業」族群認為是「溫暖的」感受。

表 65 美甜之專業背景氣氛量表

空間形容詞	專業背景	溫暖的	沒有隔閡的	不細膩的	奢華的	歐式鄉村的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	空間專業	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	4.0
	美學專業	4.0	4.0	3.0	2.5	3.0	3.5	4.5
	其他	3.9	3.9	2.9	2.8	3.4	2.9	3.2
	無	3.8	3.3	2.8	3.0	3.1	2.9	3.0
櫃檯區	空間專業	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	4.0
	美學專業	3.5	4.0	2.5	2.0	3.0	3.0	3.0
	其他	3.8	3.7	3.0	2.8	3.3	2.9	3.0
	無	3.4	3.2	2.7	2.9	3.0	3.0	2.8
地板	空間專業	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	4.0
	美學專業	3.5	3.0	3.5	2.0	3.0	2.5	2.0
	其他	3.5	3.6	3.3	2.7	3.4	3.5	3.8
	無	3.5	3.4	2.8	2.7	3.0	3.6	3.5
牆面	空間專業	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	4.0
	美學專業	4.0	4.0	3.5	2.0	4.0	4.0	4.0
	其他	3.8	3.8	3.0	2.7	3.4	3.3	3.5
	無	3.5	3.6	2.7	2.6	3.1	3.3	3.1
天花板	空間專業	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	4.0
	美學專業	3.5	4.0	3.5	3.0	3.0	4.0	3.5

空間形容詞	專業背景	溫暖的	沒有隔閡的	不細膩的	奢華的	歐式鄉村的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
	其他	3.6	3.4	3.3	2.5	3.5	3.7	3.8
	無	3.7	3.6	2.8	2.8	3.3	3.5	3.4
燈光	空間專業	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	4.0
	美學專業	4.5	4.0	2.5	2.0	3.0	3.5	2.0
	其他	4.4	3.8	2.9	2.7	3.4	3.2	3.3
	無	4.1	3.6	2.7	2.9	3.5	3.2	3.4
色彩	空間專業	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	4.0
	美學專業	4.0	4.0	2.5	2.0	3.5	3.0	2.5
	其他	4.0	3.7	3.2	2.7	3.4	3.3	3.6
	無	4.1	3.7	2.7	3.0	3.4	3.3	3.1
空間氣氛	空間專業	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	4.0
	美學專業	4.5	4.5	2.5	2.0	4.0	3.0	3.5
	其他	4.1	4.0	3.0	2.6	3.3	3.2	3.5
	無	4.0	3.6	3.0	3.0	3.5	3.4	3.3

資料來源：本研究整理

5. 「居住地」方面：

北部（8人，8.3%）、中部（8人，8.3%）、嘉義縣（22人，22.9%）、嘉義市（28人，29.2%）、南部（26人，27.1%）、其他（4人，4.2%）的居住地與空間氣氛感受：

● 座位區：

- 「北部」族群認為是「沒有隔閡的」感受。
- 「中部」族群認為是「沒有隔閡的」感受。
- 「嘉義縣」族群認為是「溫暖的」感受。
- 「嘉義市」族群認為是「溫暖的」感受。
- 「南部」族群認為是「沒有隔閡的」感受。
- 「其他」族群認為是「溫暖的」感受。

● 櫃檯區：

- 「北部」族群認為是「沒有隔閡的」感受。
- 「中部」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
- 「嘉義縣」族群認為是「溫暖的」感受。
- 「嘉義市」族群認為是「溫暖的」感受。
- 「南部」族群認為是「溫暖的」感受。
- 「其他」族群認為是「溫暖的」感受。

- 地板：
 - 「北部」族群認為是「溫暖的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「中部」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「沒有隔閡的、老舊的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「南部」族群認為是「沒有隔閡的」感受。
 - 「其他」族群認為是「奢華的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
- 牆面：
 - 「北部」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
 - 「中部」族群認為是「沒有隔閡的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「南部」族群認為是「沒有隔閡的」感受。
 - 「其他」族群認為是「歐式鄉村的」感受。
- 天花板：
 - 「北部」族群認為是「歐式鄉村的」感受。
 - 「中部」族群認為是「沒有隔閡的、老舊的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「溫暖的、老舊的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「南部」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
 - 「其他」族群認為是「歐式鄉村的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
- 燈光氣氛：
 - 「北部」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「中部」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「南部」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「其他」族群認為是「溫暖的」感受。
- 色彩：
 - 「北部」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「中部」族群認為是「沒有隔閡的」感受。
 - 「嘉義縣」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「嘉義市」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「南部」族群認為是「溫暖的」感受。

「其他」族群認為是「不細膩的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。

● 整體空間氣氛：

「北部」族群認為是「溫暖的」感受。

「中部」族群認為是「沒有隔閡的、不細膩的」感受。

「嘉義縣」族群認為是「溫暖的」感受。

「嘉義市」族群認為是「溫暖的」感受。

「南部」族群認為是「溫暖的」感受。

「其他」族群認為是「溫暖的」感受。

表 66 芙甜之居住地氣氛量表

空間形容詞	居住地	溫暖的	沒有隔閡的	不細膩的	奢華的	歐式鄉村的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	北部	3.5	3.8	2.5	3.0	3.3	2.8	2.8
	中部	3.0	4.0	3.0	2.3	2.8	2.5	2.8
	嘉義縣	3.8	3.0	2.7	3.0	3.1	2.7	3.0
	嘉義市	4.1	3.6	2.8	2.8	3.2	3.0	3.4
	南部	4.0	4.2	3.0	2.9	3.5	3.1	3.2
	其他	4.0	3.0	3.5	2.5	3.5	3.5	3.5
櫃檯區	北部	3.5	3.8	3.0	3.0	3.0	3.0	2.8
	中部	3.0	3.0	2.5	2.5	2.3	2.3	1.8
	嘉義縣	3.3	3.1	2.8	2.6	3.2	3.0	2.7
	嘉義市	3.9	3.8	2.4	2.6	3.1	3.1	3.4
	南部	3.6	3.5	3.4	3.1	3.4	3.0	2.9
	其他	4.5	3.5	3.0	2.5	3.5	3.5	3.5
地板	北部	3.8	3.3	2.5	3.3	3.5	3.3	3.8
	中部	4.0	3.3	2.8	1.5	2.0	3.8	3.3
	嘉義縣	3.1	3.2	3.1	2.4	3.2	3.7	3.5
	嘉義市	3.6	3.6	2.9	2.6	3.2	3.5	3.6
	南部	3.6	3.8	3.5	2.8	3.5	3.3	3.5
	其他	2.5	3.0	3.5	4.0	3.5	3.5	4.5
牆面	北部	3.5	3.5	2.8	3.3	3.3	3.3	3.3
	中部	4.0	4.3	3.0	1.8	3.5	3.3	3.3
	嘉義縣	3.6	3.4	2.7	2.5	3.0	3.1	3.2
	嘉義市	3.8	3.4	2.6	2.6	3.2	3.4	3.6
	南部	3.6	4.2	3.2	2.7	3.3	3.4	3.3
	其他	3.5	3.5	3.5	2.5	4.5	3.5	4.0

空間形容詞	居住地	溫暖的	沒有隔閡的	不細膩的	奢華的	歐式鄉村的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
天花板	北部	3.8	3.3	3.0	3.0	4.0	3.5	3.5
	中部	3.3	4.0	3.0	2.0	2.5	4.5	3.8
	嘉義縣	3.5	2.8	3.3	2.7	3.1	3.5	3.4
	嘉義市	3.9	3.7	2.8	2.8	3.4	3.4	3.6
	南部	3.8	3.8	3.3	2.7	3.5	3.7	3.8
	其他	3.0	3.0	3.0	2.5	3.5	3.5	3.5
燈光	北部	4.0	3.0	3.0	3.0	3.3	3.3	3.3
	中部	4.3	3.8	2.3	2.3	3.0	3.0	2.0
	嘉義縣	4.5	3.8	2.7	2.9	3.5	3.5	3.8
	嘉義市	3.9	3.6	2.4	2.8	3.4	3.1	3.4
	南部	4.4	3.9	3.2	2.8	3.5	3.1	3.2
	其他	4.5	3.5	3.5	2.5	3.0	3.5	3.5
色彩	北部	4.5	3.3	2.8	3.3	3.3	3.0	3.0
	中部	4.0	4.3	2.5	2.3	3.3	3.3	2.5
	嘉義縣	4.3	3.7	3.1	3.0	3.4	3.5	3.3
	嘉義市	4.1	3.6	2.6	2.7	3.6	3.1	3.4
	南部	4.0	3.8	3.2	2.8	3.5	3.2	3.5
	其他	3.0	3.0	3.5	2.5	3.0	3.5	4.5
空間氣氛	北部	4.3	3.0	2.8	3.3	3.3	3.0	3.0
	中部	3.3	3.5	3.5	1.8	2.8	3.0	2.8
	嘉義縣	4.2	4.0	3.2	2.9	3.4	3.5	3.4
	嘉義市	4.0	3.8	2.6	2.9	3.5	3.3	3.6
	南部	4.2	4.1	3.2	2.7	3.7	3.3	3.5
	其他	4.5	3.5	3.5	2.5	3.0	3.0	3.0

資料來源：本研究整理

(二) 空間偏好與空間印象之關係分析

1. 「初始印象」方面

電視、報章雜誌、書籍網路上 (24 人, 25%)、自己的老家 (14 人, 14.6%)、類似本店的地方 (32 人, 33.3%)、小時候拜訪的長輩家 (14 人, 14.6%)、戶外參訪 (4 人, 4.2%)、其他 (8 人, 8.3%) 的初始印象與空間氣氛感受：

- 座位區：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「沒有隔閡的」感受。
 - 「其他」族群認為是「溫暖的」感受。
- 櫃檯區：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「沒有隔閡的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「沒有隔閡的、不細膩的」感受。
 - 「其他」族群認為是「溫暖的」感受。
- 地板：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「沒有隔閡的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「溫暖的、老舊的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「沒有隔閡的、老舊的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「溫暖的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「其他」族群認為是「溫暖的、不細膩的、歐式鄉村的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
- 牆面：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
 - 「其他」族群認為是「歐式鄉村的」感受。

- 天花板：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「溫暖的、老舊的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「溫暖的、會讓您想起小時候老屋的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「沒有隔閡的」感受。
 - 「其他」族群認為是「歐式鄉村的」感受。

- 燈光氣氛：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「其他」族群認為是「溫暖的」感受。

- 色彩：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
 - 「其他」族群認為是「溫暖的、會讓您想起小時候的老屋的」感受。

- 整體空間氣氛：
 - 「電視、報章雜誌、書籍網路上」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「自己的老家」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「類似本店的地方」族群認為是「溫暖的」感受。
 - 「小時候拜訪的長輩家」族群認為是「溫暖的、沒有隔閡的」感受。
 - 「戶外參訪」族群認為是「沒有隔閡的」感受。
 - 「其他」族群認為是「溫暖的」感受。

表 67 芙甜之初始印象氣氛量表

空間形容詞	初始印象	溫暖的	沒有隔閡的	不細膩的	奢華的	歐式鄉村的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
座位區	電視、報章雜誌、書籍網路上	3.9	3.8	2.4	2.9	3.4	2.9	3.4
	自己的老家	3.9	3.3	3.3	2.9	3.0	2.9	3.1
	類似本店的的地方	3.9	3.8	2.9	2.9	3.3	2.9	2.9
	小時候的長輩家	4.0	3.8	3.2	3.2	3.2	3.2	3.6
	戶外參訪	3.0	3.5	2.0	2.0	2.5	2.5	2.5
	其他	3.8	2.8	2.8	2.5	3.0	2.5	3.0
櫃檯區	電視、報章雜誌、書籍網路上	3.2	3.4	2.8	2.7	3.2	3.1	3.0
	自己的老家	3.4	3.3	2.9	2.7	3.0	3.0	2.7
	類似本店的的地方	3.8	3.7	2.8	2.9	3.3	2.9	2.8
	小時候的長輩家	4.0	3.6	3.4	3.2	3.2	3.0	3.4
	戶外參訪	2.5	3.0	2.0	3.0	2.0	2.0	2.0
	其他	4.0	3.3	3.0	2.5	3.0	3.0	3.0
地板	電視、報章雜誌、書籍網路上	3.4	3.8	2.8	2.5	3.6	3.6	3.8
	自己的老家	3.6	3.1	3.4	2.6	3.1	3.6	3.1
	類似本店的的地方	3.5	3.6	3.1	2.4	2.9	3.6	3.5
	小時候的長輩家	4.0	3.8	3.6	3.4	3.4	3.6	3.6
	戶外參訪	3.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0
	其他	3.3	2.8	3.3	2.8	3.3	3.0	4.0
牆面	電視、報章雜誌、書籍網路上	3.8	3.8	2.4	2.5	3.4	3.3	3.4
	自己的老家	3.6	3.3	3.1	2.4	2.9	3.3	3.1
	類似本店的的地方	3.8	3.8	2.9	2.7	3.3	3.4	3.5
	小時候的長輩家	3.8	3.8	3.2	3.2	3.2	3.6	3.4
	戶外參訪	3.5	3.5	2.5	2.0	2.5	2.5	2.5
	其他	3.3	3.3	3.0	2.8	3.8	3.0	3.0
天花板	電視、報章雜誌、書籍網路上	3.5	3.4	2.9	2.6	3.5	3.8	3.8
	自己的老家	3.6	3.3	3.1	2.7	3.3	3.4	3.3
	類似本店的的地方	3.9	3.7	3.1	2.5	3.1	3.8	3.9
	小時候的長輩家	4.2	4.0	3.6	3.4	3.6	3.8	3.6
	戶外參訪	2.5	3.5	2.5	2.5	2.5	3.0	2.5
	其他	3.3	2.8	3.0	3.3	3.8	3.0	3.0
燈光	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.7	4.2	2.5	2.7	3.8	3.6	4.0
	自己的老家	4.0	3.3	2.7	2.9	3.3	2.9	2.9
	類似本店的的地方	4.4	3.8	2.8	2.8	3.2	3.2	3.1

空間形容詞	初始印象	溫暖的	沒有隔閡的	不細膩的	奢華的	歐式鄉村的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的
	小時候的長輩家	4.0	3.8	3.2	3.2	3.4	3.2	3.2
	戶外參訪	4.0	3.5	2.5	2.0	3.0	2.5	3.0
	其他	3.5	2.5	3.0	3.0	3.3	3.0	3.0
色彩	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.3	4.1	2.7	2.8	3.5	3.3	3.6
	自己的老家	4.0	3.1	3.0	3.0	3.3	3.3	2.9
	類似本店的地方	4.1	4.0	2.9	2.8	3.4	3.3	3.2
	小時候的長輩家	4.0	3.6	3.2	3.2	3.2	3.2	3.6
	戶外參訪	4.0	4.0	3.0	2.5	3.5	3.0	2.5
	其他	3.8	2.5	2.8	2.8	3.5	3.3	3.8
空間氣氛	電視、報章雜誌、書籍網路上	4.4	4.2	2.7	2.8	3.7	3.1	3.6
	自己的老家	3.9	3.4	2.9	2.7	3.3	3.4	3.1
	類似本店的地方	4.0	3.9	3.2	2.8	3.2	3.4	3.4
	小時候的長輩家	4.0	4.0	3.4	3.2	3.6	3.2	3.6
	戶外參訪	3.5	4.0	3.5	2.5	3.5	3.0	2.5
	其他	4.3	2.8	3.0	2.8	3.5	3.3	3.3

資料來源：本研究整理

2. 「到訪次數」方面

第 1 次 (60 人, 62.5%)、2-5 次 (30 人, 31.3%)、6 (含) 次以上 (6 人, 3.6%)。

「第 1 次」到訪的消費者普遍對空間認同度較高於其他次數。

表 68 芙甜之到訪次數氣氛量表

	1 次	2-5 次	6 次以上	最高
座位區的氣氛總和	3.2	3.2	3.1	1 次、2-5 次
櫃檯區的氣氛總和	3.1	3.0	3.0	1 次
地板的氣氛總和	3.3	3.3	3.3	
牆面的氣氛總和	3.3	3.1	3.2	1 次
天花板的氣氛總和	3.4	3.3	3.4	1 次、6 次以上
燈光的氣氛總和	3.4	3.3	3.4	1 次、6 次以上
色彩的氣氛總和	3.4	3.3	3.2	1 次
空間氣氛的氣氛總和	3.5	3.2	3.4	1 次

資料來源：本研究整理

3. 「停留時間」方面

30 分鐘內（10 人，10.4%）、30-60 分鐘（58 人，60.4%）、60-120 分鐘（20 人，20.8%）、120 分鐘以上（8 人，8.3%）。

停留時間「30-60 分鐘」的消費者普遍對空間認同度較高於其他停留時間。

表 69 芙甜之停留時間氣氛量表

停留時間	30	30-60	60-120	120	最高
座位區的氣氛總和	3.1	3.3	3.1	2.8	30-60
櫃檯區的氣氛總和	2.9	3.3	2.9	2.7	30-60
地板的氣氛總和	3.1	3.4	3.2	2.8	30-60
牆面的氣氛總和	3.1	3.4	3.1	2.9	30-60
天花板的氣氛總和	3.1	3.5	3.2	3.0	30-60
燈光的氣氛總和	3.2	3.5	3.1	2.9	30-60
色彩的氣氛總和	3.3	3.5	3.1	2.9	30-60
空間氣氛的氣氛總和	3.4	3.5	3.1	3.1	30-60

資料來源：本研究整理

4. 「所屬色系」方面

棕色系（40 人，41.7%）、橙色系（4 人，4.2%）、黃色系（36 人，37.5%）、綠色系（2 人，2.1%）、紫色系（2 人，2.1%）、灰色系（2 人，2.1%）、黑色系（2 人，2.1%）、白色系（8 人，8.3%）。

由圖 158 得知芙甜所屬色系為棕色系，棕色系給消費者的空間感受為溫暖的感受。

表 70 芙甜之所屬色系氣氛量表

色彩	溫暖的	沒有隔閡的	不細膩的	奢華的	歐式鄉村的	老舊的	會讓您想起小時候的老屋的	空間感受為
紅色系	-	-	-	-	-	-	-	-
棕色系	4.3	3.8	2.9	3.1	3.8	3.5	3.5	溫暖的
橙色系	4.5	4.0	3.0	3.5	2.5	3.0	3.0	溫暖的
黃色系	3.9	3.6	2.8	2.6	3.2	3.3	3.3	溫暖的
綠色系	5.0	5.0	2.0	2.0	4.0	2.0	2.0	溫暖的、沒有隔閡的
藍色系	-	-	-	-	-	-	-	-
紫色系	3.0	3.0	3.0	2.0	2.0	4.0	4.0	老舊的、會讓您想起小時候的老屋的
灰色系	4.0	3.0	3.0	4.0	4.0	3.0	3.0	溫暖的、奢華的、歐式鄉村的
黑色系	4.0	4.0	3.0	2.0	3.0	2.0	2.0	溫暖的、沒有隔閡的
白色系	3.5	4.0	3.5	2.5	3.3	3.0	3.5	沒有隔閡的

資料來源：本研究整理

(三) 個人屬性與空間偏好分析

1. 個人屬性與色系之分析

(1) 「性別」與「色系」分析

棕色系的女性人數為 32 人，男性人數為 8 人；橙色系的女性人數為 4 人，男性為 0 人；黃色系的女性人數為 26 人，男性人數為 5 人；綠色系的女性人數為 2 人，男性人數為 0 人；紫色系的女性人數為 2 人，男性為 0 人；灰色系的女性人數為 2 人，男性為 0 人；黑色系的女性人數為 2 人，男性為 0 人；白色系的女性人數為 2 人，男性為 2 人。女性與男性皆認為芙甜為「棕色系」。

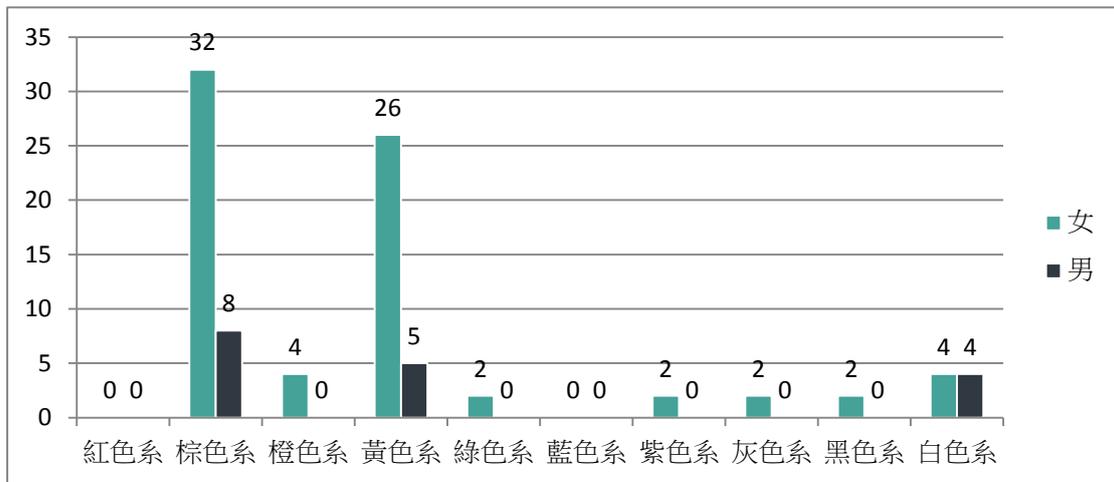


圖 159 芙甜之性別與色系長條圖

(2) 「年齡」與「色系」分析

芙甜各年齡的受試者中，「白色系」的認同最多；又「21-30 歲」年齡層對「棕色系」的認同第二。

表 71 芙甜之年齡與色系

	紅	棕	橙	黃	綠	藍	紫	灰	黑	白
20	-	10	2	2	-	-	-	-	-	2
21-30	-	26	2	18	2	-	-	-	-	6
31-40	-	2	-	8	-	-	-	-	2	-
41-50	-	2	-	6	-	-	2	2	-	-
50	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-

資料來源：本研究整理

(3) 「教育程度」與「色系」分析

芙甜的受試者中，「棕色系」在大專院校的族群中最被認同；「黃色系」則是在研究所最被認同。

表 72 芙甜之教育程度與色系

	紅	棕	橙	黃	綠	藍	紫	灰	黑	白
國中(含)以下	-	2	-	-	-	-	-	-	2	-
高中職	-	4	2	4	-	-	-	2	-	-
大專院校	-	32	2	22	2	-	2	-	-	8
研究所	-	2	-	10	-	-	-	-	-	-

資料來源：本研究整理

(4) 「專業背景」與「色系」分析

芙甜的受試者中，空間專業與無專業背景認為是「黃色系」；美學專業與其他專業背景認為是「棕色系」。

表 73 芙甜之專業背景與色系

	紅	棕	橙	黃	綠	藍	紫	灰	黑	白
空間專業背景	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-
美學專業背景	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-
其他專業背景	-	22	2	14	-	-	-	-	-	6
無專業背景	-	14	2	20	2	-	2	2	2	2

資料來源：本研究整理

2. 個人屬性與老屋初始印象之分析

(1) 「年齡」與「老屋初始印象」分析

芙甜的受試者中，各年齡層對老屋初始印象，「20歲以下」多為「電視、章雜誌、書籍網路上、類似本店的地方」；「21-30歲」多為「類似本店的地方」；「31-40歲」多為「類似本店的地方」。

表 74 芙甜之年齡與老屋初始印象

	電視、章雜誌、 書籍網路上	自己的老家	類似本店的地方	小時候拜訪的長輩家	戶外參訪	其他
20	6	2	6	-	2	-
21-30	12	8	18	8	-	8
31-40	2	2	4	2	2	-
41-50	4	-	4	4	-	-
51	-	2	-	-	-	-

資料來源：本研究整理

(2) 「居住地」與「老屋初始印象」分析

芙甜的受試者中，居住地對老屋初始印象，「北部」多為「電視、章雜誌、書籍網路上」；「中部」多為「類似本店的地方」；「嘉義縣」多為「電視、章雜誌、書籍網路上」；「嘉義市」多為「類似本店的地方」；「南部」多為「類似本店的地方」。

表 75 芙甜之居住地與老屋初始印象

	電視、章雜誌、 書籍網路上	自己的老家	類似本店的地方	小時候拜訪的長輩家	戶外參訪	其他
北部	4	-	-	-	-	4
中部	-	-	6	-	2	-
嘉義縣	8	6	6	-	2	-
嘉義市	4	6	10	6	-	2
南部	8	2	10	6	-	-
其他	-	-	-	2	-	2

資料來源：本研究整理

3. 個人屬性與空間要素之分析

(1) 「專業背景」與「空間要素」分析

芙甜的受試者中「燈光、照明氣氛」在各專業背景中都被認為是最重要的空間要素。

表 76 芙甜之專業背景與空間要素

	桌椅 樣式	整體 色彩	燈光、照明氣氛	天花板 設計	擺設品	地板 設計	牆面 設計	其他
空間專業背景	-	2	2	-	-	-	2	-
美學專業背景	-	2	4	2	4	-	-	-
其他專業背景	24	28	32	10	14	4	20	-
無專業背景	22	20	36	10	20	2	28	-

資料來源：本研究整理

第五節、抽樣老屋咖啡廳之比較分析

一、個人屬性分析

1. 性別

玉山旅社：男性，36 人（36.7%）；女性，62 人（63.3%）。

Come Home 咖啡漫步：男性，23 人（24%）；女性，71 人（76%）。

國王•蝴蝶•秘密基地：男性，38 人（40%）；女性，57 人（60%）。

芙甜：男性，22 人（23%）；女性，74 人（77%）。

女性共 264 人；男性共 119 人。資料顯示女性至老屋咖啡廳的比例高於男性；又 Come Home 咖啡漫步與芙甜的女性受試者比例較多。

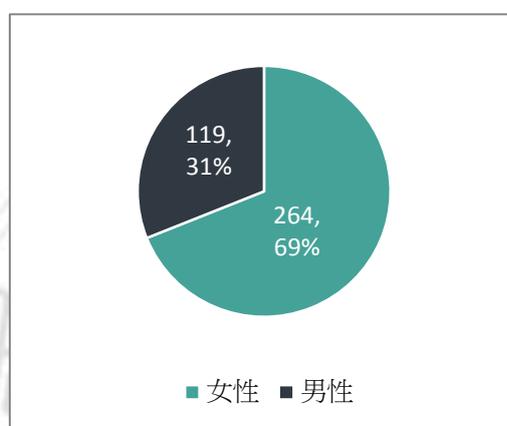


圖 160 抽樣老屋咖啡廳之性別圓餅圖

2. 年齡

玉山旅社、Come Home 咖啡漫步、國王•蝴蝶•秘密基地、芙甜的消費族群都落於 21-30 歲之間，且比例較其他年齡層都高出許多。

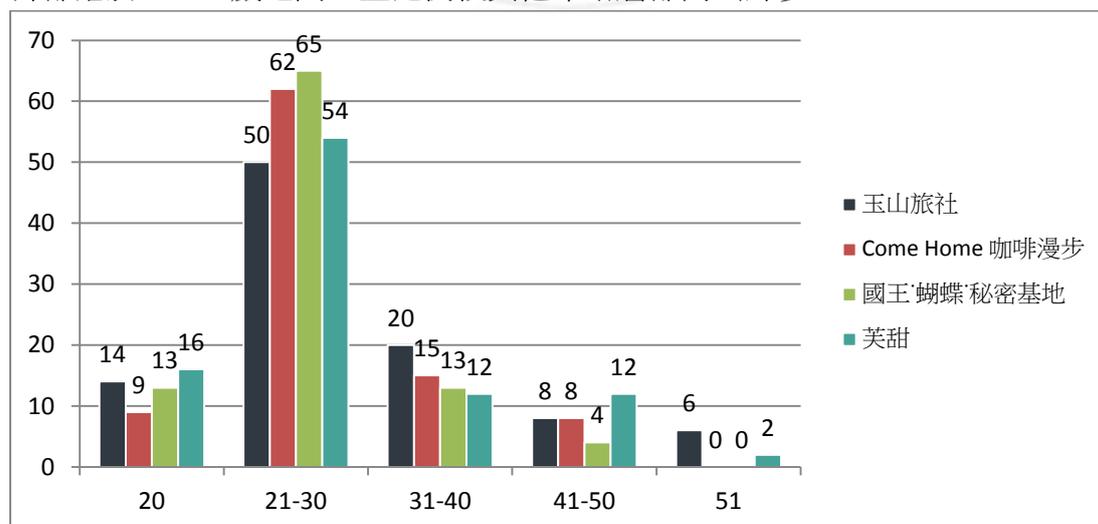


圖 161 抽樣老屋咖啡廳之年齡長條圖

3. 居住地

玉山旅社：外地人，62 人；在地人，36 人。

Come Home 咖啡漫步：外地人，43 人；在地人，51 人。

國王・蝴蝶・秘密基地：外地人，45 人；在地人，50 人。

芙甜：外地人，46 人；在地人，50 人。

四間咖啡廳總和：外地共 196 人，在地人共 177 人。



圖 162 抽樣老屋咖啡廳之居住地長條圖

二、空間偏好分析

1. 老屋初始印象

樣本的受試者中，老屋初始印象是由「自己的老家」或「拜訪的長輩家」，玉山旅社有 44.9%，Come Home 咖啡漫步有 49.9%，國王・蝴蝶・秘密基地有 57.2%，芙甜有 29.2%。由資料顯示國王・蝴蝶・秘密基地的比例最高；芙甜的比例最低。

表 77 抽樣老屋咖啡廳之老屋初始印象

	自己的老家	拜訪的長輩家	總和
玉山旅社	26.5%	18.4%	44.9%
Come Home 咖啡漫步	26.6%	23.3%	49.9%
國王・蝴蝶・秘密基地	32.6%	24.6%	57.2%
芙甜	14.6%	14.6%	29.2%

資料來源：本研究整理

第六節、問卷資料統計結果分析

一、老屋與消費者

1. 老屋咖啡廳的消費者為女性居多。
2. 老屋咖啡廳的消費族群年齡層為 21-30 歲居多。
3. 老屋咖啡廳的消費族群以大專院校居多。
4. 嘉義市老屋咖啡廳的消費者以在地人居多。
5. 老屋咖啡廳「老舊的」感受明顯偏低。
6. 老屋咖啡廳「會讓您想起小時候的老屋的」的 Come Home 咖啡漫步 41-50 歲年齡層氣氛感受偏高。
7. 老屋咖啡廳「地板」項目中「會讓您想起小時候的老屋的」的感受玉山旅社與 Come Home 咖啡漫步感受較高。

不管是強調歷史性的玉山旅社或是提供刺激與思考的國王・蝴蝶・秘密基地、回家平靜感受的 Come Home 咖啡漫步與主打法式甜點的芙甜亦是女性消費族群都明顯高於男性。

而消費族群年齡層落在 21-30 歲中，大部分為大專院校學生居多，可能是學生的自由度較高，且正處於好奇心較重與較少約束的狀態，所以前去此類空間較多為年輕人。

四間咖啡廳加總後外地人數高於在地人，原因在於玉山旅社近檜意生活村，檜意生活村服務人群多為外地遊客，而左右了玉山旅社的消費族群，從到訪次數也可以發現，玉山旅社的消費族群多為第一次到訪。去除玉山旅社後，其餘三間咖啡廳則是在地人多於外地人。

老屋本身原有「老舊的」感受與記憶連接的「會讓您想起小時候的老屋的」感受，四間老屋咖啡廳中對於「老舊的」空間氣氛，而玉山旅社因為空間沒有太多的裝修有較明顯「歷史性的」感受，所以吸引消費者進入老屋空間的原因並非是「老舊」，而是經營者新加入的想法與改變，Come Home 咖啡漫步提出「回家的」感受來吸引消費者，國王・蝴蝶・秘密基地提出「可以思考的」感受來刺激消費者，芙甜則是用「法式甜點」來吸引消費者。

「會讓您想起小時候的老屋的」感受，在 Come Home 咖啡漫步中，41-50 歲年齡層的消費者高於其他年齡層，造成這個趨勢可能是 Come Home 咖啡漫步的建築偏向日式洋房的建築風格，而 41-50 歲年齡層的受試者中，教育程度多為

大專院校，在當時洋式風格的現代建築，多為家庭富裕與社會地位較高的家族象徵，此建築形式對此年齡層消費者產生較高的共鳴，可能是小時候的老屋形式或當時代對於富裕階層的憧憬造成的。能喚起與老屋記憶有關的消費者是片段的，只有經歷過當時代的生活才能產生共鳴，玉山旅社近北門車站是個觀看日治時期林業發展的據點，經營者利用延續的方式將原本與時代連接的記憶強行植入到空間中，讓消費者進入空間就接收到當時的某些片段記憶，Come Home 咖啡漫步則是非常個人的「家」，利用傢俱與燈光讓消費者感到平靜與沉穩，進而將這裡本來是「家」的歷史帶入到空間中。玉山旅社與 Come Home 咖啡漫步在「地板」的項目中對於「會讓您想起小時候的老屋的」感受較其他項目高，玉山旅社與 Come Home 咖啡漫步地板的材質均為磨石子與木板，這兩項可能與大眾小時候的記憶連結範圍較大，也較為深刻。

二、經營者與消費者

1. 「空間專業者」對空間認同高於其他專業者；又「教育專業者」普遍對空間氣氛感受較低。
2. 老屋的第一印象是由「類似本店的地方」與「自己的老家」為多數。
3. 空間三要素一為「燈光、照明氣氛」，二為「整體色彩」，三是「牆面設計」與「擺設品」。
4. 到訪次數多次對於空間認同，2-5 次高於 1 次。
5. 停留時間並無法察覺對空間的認同程度。
6. 21-30 歲年齡層對於空間氣氛感受認同度較高。
7. 31-40 歲年齡層對於空間氣氛感受認同度普遍偏低。
8. 居住地「北部」的消費者對空間認同普遍偏低。

「空間專業」者對空間元素的語彙較能察覺其中意思，也相對其他專業者對空間感受較為靈敏；而「教育專業」者對空間感受普遍低於其他專業者，這可能是因為教育專業的分類上多為幼教、教師（已屏除空間與美學設計專業教師）、輔導老師等，對於「人」的靈敏度可能高於其他專業者，但對於空間氣氛上可能較其他專業者低。

大眾對於進入此類性的空間多為「再次親身接觸到」居多，可能是老屋咖啡廳的普及已經非常足夠，亦或是這種再次親身接觸到的空間較不陌生，也較為親切。

四間老屋咖啡廳消費者對於空間三要素都多為「燈光、照明氣氛」與「整體色彩」，應證了第二章文獻所提如果沒有光線我們就分不清楚色彩、色彩就像空氣一般，接觸頻率之高。「牆面設計」與「擺飾品」都是人們視覺高度第一眼所見的場景，初次印象影響消費者認知空間的喜好。

在玉山旅社、Come Home 咖啡漫步、國王•蝴蝶•秘密基地中，消費者到訪次數 2-5 次對空間氣氛認同多高於 1 次，本研究認為消費者會再來同一空間必定是對於商家有一定的認同與喜好，但就 6 次以上與 2-5 次的空間認同相比並沒有遞增的情形，可能造成此結果是因為本研究的消費者與經營者所提出的空間氣氛感受有所出入，而消費者是認同此空間氣氛的，才會使消費者到訪次數達到 6 次以上。而芙甜可能是法式甜點為主要吸引消費者的原因，對於空間氣氛感受為其次，故造成第 1 次造訪的消費者空間氣氛認同多於多次造訪者。

停留時間在本研究中無法察覺停留時間長短與認同成正比，在研究對象中 Come Home 咖啡漫步與國王•蝴蝶•秘密基地停留時間越久普遍越認同空間氣氛；而玉山旅社與芙甜並非如此。本研究認為停留於一個空間的時間長短因素很多，可能是喜好店內的甜點或與朋友交談等因素，亦或是喜好空間氣氛，但對於經營者所提出的空間形容詞並非一定是因為認同而停留較久。

21-30 歲大專院校的年輕族群佔多數且較認同經營者的空間氣氛，本研究認為老屋空間的物品與氣氛大多與此年齡層未有直接的經驗，這類空間較具新鮮感且引發好奇心，也因空間氣氛的營造手法較有趣，因此吸引年輕人進入空間的可能性較高。

年齡層 31-40 歲的受試者普遍對於空間氣氛感受較其他年齡層低，此年齡層可能正值社會工作者的狀態，造成對於環境與空間的感受靈敏度因工作時間而隨之下降，亦或是對於空間氣氛較有想法造成與經營者創造的空間有所差異。

20 歲以下與 21-30 歲此年齡層的受試者多為學生或剛踏入社會之年輕人，對於老屋活化的商業空間接受度較高，空間靈敏度相對於年齡層 31-40 歲的受試者來的高。

在四間咖啡廳中居住地為「北部」的消費者空間認同普遍偏低，本研究認為有可能是北部的步調非常快，且形形色色的空間都在傳達著不同的刺激，造成對於空間感受疲乏，亦或是在都市快速更新的北部地區，對於此類老屋空間的記憶連結較低，較無長時間親身經歷的經驗。

居住地「嘉義縣」與「嘉義市」的消費者空間感受雷同，本研究認為就文化與地區範圍兩者差異並不大，生長環境與接收到的訊息也類同，故兩地區的消費者感受雷同。

三、研究結果

玉山旅社

玉山旅社的整體空間中對於「歷史性的」空間感受傳達極為良好，玉山旅社的活化手法並沒有將空間內部氣氛做太大的轉變，在空間中留有木構造梁柱系統（圖 28）、舊空間的框架（圖 30）來告訴消費者消費以前的空間格局，空間內也保有舊旅社的使用佈置（圖 31、圖 32、圖 33），白蟻啃食的木塊（圖 36）、裸露的竹編夾泥牆（圖 38）、古老的配電方式（圖 43），都讓消費者能感受到具有歷史性的玉山旅社，但消費者卻無法感受到經營者所想營造的「延續的」空間氛圍，雖然經營者已延續了玉山旅社原有的使用方式，本研究認為可能是現今的老屋活化空間多為咖啡廳、背包客棧等，消費者已經習以為常，或因玉山旅社大部分空間與時間都開放給用餐及參觀的消費者，而真正讓住宿的消費者使用時段則是在一般用餐與參觀的消費者離開時使用，所以消費者才無明顯感受出玉山旅社的旅社使用是延續了原有的使用方式而產生這樣的差異。

Come Home 咖啡漫步

消費者在空間中對於「回到家的」氣氛感受都較其他感受低，雖然經營者強調希望進入空間內的消費者都像是回到家一般，抵石子的樓梯（圖 65）就是自己心目中家的樓梯，在空間中利用燈光與傢俱（圖 63、圖 69）營造出安靜的感受，大量的白色（圖 56、圖 57、圖 58、圖 60、圖 62）讓空間變得非常平靜，經營者認為那就是心目中理想的家，本研究認為可能是每個人心目中對於「家」的空間氛圍都有所差異，如同經營者與經營者的丈夫一般，兩個如此貼近的人對於「家」的想像就有所不同，故造成消費者對「回到家的」氣氛感受較低，而消費者較能感受到的「平靜的、沉穩的」感受，是經營者在空間上運用了大量的木質材料（圖 58、圖 61、圖 62、圖 68、圖 73）在傢俱或地板上，消費者也較易感受到的用餐空間。

國王•蝴蝶•秘密基地

經營者在空間中大量使用紅色與黑色希望讓進來的消費者能接受刺激與尋找靈感，但消費者普遍卻較認同「放鬆的」的感受。在長形的空間裡，經營者讓空間不至於太雜亂擁擠（圖 79），但卻可以從讀到許多東西，不定期更換的展覽（圖 85）、經營者自己發行的 Something 刊物（圖 84）刺激消費者思考，在燈光的運用上（圖 86）卻也讓消費者覺得放鬆、安心，雖然空間某些角落（圖 82、圖 83）也有散發出經營者想將很多東西傳遞給消費者的營造手法，但是這些角落都在一進咖啡廳看不見的地方（圖 78），就像藏起來一樣，空間裡還是緩和的氣氛。本研究認為經營者所說的「可以思考的」感受雖然低於其他感受，但讓入內的消費者能放鬆的、安心的思考想做的事，或許店內並沒有直接給予「可以思考的」空間感受，但空間氣氛卻是能「讓人思考」的。

芙甜

空間運用了大量的黃色（圖 91、圖 98、圖 99、圖 112），所以讓各族群較認同「溫暖的」空間氣氛，也因為在空間營造上消費者的四周多為原本的木構造材料，「奢華的」氣氛只有在傢俱（圖 91、圖 93）、甜點上散發出來，所以空間氣氛感受較低。經營者在空間上並無太大的變動，一樓大部分的空間切割為烘培使用（圖 90），在消費者所及空間內（圖 91），一面為玻璃帷幕，一面為黑板隔牆；而二樓也因原有建築被分割為三空間（圖 95），消費者所及空間內也都是，一面為玻璃帷幕，一面為黃色隔間（圖 97、圖 98、圖 103、圖 112），故造成消費者空間感受較低，經營者無法傳達想要營造的空間氣氛。

由空間氣氛資料中可以了解不同族群的消費者所接收訊息的程度有所差別，而經營者所創造的空間都是經營者想要對消費者說的話，想讓消費者感受到店內特有的氣氛，經營者與消費者之間的關係，可以說是人與人之間的關係，經營者常迷失在自己認為的空間氣氛裡，而誤以為消費者接收到了經營者認為的空間氣氛，使兩者處在無法交流的狀態下，消費者不了解經營者在老屋間內想傳達的老屋價值，經營者也不曉得消費者並無接收到理念。本研究認為正是老屋經營者讓老屋的價值貼近常民生活、老屋的文化下放到民眾之間觸手可及，如能適度的調換經營者與消費者之間的感受，更能促使經營者了解消費者的想法，讓老屋成為更好的文化傳遞媒介。

第五章 結論

老屋活化近幾年成為風潮，本研究從探討老屋存在價值進而深入老屋活化議題。本論文共五章，以「文化價值」、「歷史價值」、「新空間價值」作為老屋活化價值分析研究對象，討論空間活化手法及消費者與經營者之間的感受差異，從體驗空間的角度透過記錄、訪談與問卷調查方式，探討老屋、經營者、消費者三者的關係。最後進一步探討老屋未來的可能性。

文中共分成三部分，第一部分主要是從台灣文化資產保存變遷到老屋活化意義，讓閱讀者可以更了解台灣文化資產保存法的成立過程與老屋存在價值及老屋活化方式。台灣文化資產保存概念從日據時期建立起，日軍戰敗國民政府接收後停止一切關於日方政策及法令，沒有法令保護的文化古蹟在工業快速發展的時代被大量拆除，而引發民間鄉土運動，促使文化資產保存法的成立。1982 年文化資產保存法成立直到 1997 年才增訂有關活化的發展條文，2005 年發佈「古蹟修復及再利用辦法」。1997 年藝術家活化華山文藝特區、文建會推動台中二十號倉庫作為藝術空間後，促進閒置空間的活化運動，讓活化從古蹟延伸到各類空間。傳統民間建築有著「體現環境變遷過程」、「地方特色」、「常民文化再現」、「工匠技藝傳承」等價值，活化會促使建築與當地居民重新連結，創造集體記憶與生活經驗的認同與尊重，也豐富城市容貌成為刺激社會的元素。老屋活化方式本研究分為兩種，一種是繼承過去有形或無形價值來創造出具有歷史感的語彙，營造與過去歷史連結的「再利用」(Revitalization) 活化方式；另一種則是重新詮釋老屋建築本體，強調活化空間創意思維，嘗試新生命的「再使用」(Reuse) 活化方式。

文章第二部分是探討空間體驗與意象產生，「空間」是人使用知覺系統不斷與周遭連結觸及的範圍，「經驗」由感覺與思想構成，是人認知與建構真實世界的全部過程，而人的感覺是長時間所累積的經驗記憶與預期感受所形成。當人在觀看環境時，大腦會選擇與建構有意義的資訊符號，在想像與認知的交互作用下形成空間，並認知、了解空間。「意象」則是人對某事物在腦海中產生的想法、感覺及記憶，這可能受到生長差異、文化背景、熟悉了解程度等影響，是個非常個人化的主觀認知，當人在空間獲得經驗產生深刻印象時，以後遇到類似空間或情境，則會將腦海中深刻的印象取出成為參考資料，所以「意象」是經由許多經驗所堆疊出的。老屋空間活化的經營者經由自身生命歷程在空間內呈現自己對空間想像與記憶中的老屋意象，結合老屋原有的建築、文化、歷史並創造新空間價值，使老屋與快速更新的社會接軌。本研究探討的四間嘉義市老屋咖啡廳分別為玉山旅社、Come Home 咖啡漫步、國王•蝴蝶•秘密基地、芙甜。由訪談了解經營者的經歷與想法、拍攝空間照片與繪製平面圖呈現空間活化手法，進而探討經營者的空間意象與老屋活化方式及價值。

而文章第三部分則是研究經營者與消費者之間的感受差異。空間由經驗與感

知認識；由物件、光、活動組成。消費者所體驗的老屋空間是由經營者的生活經驗、空間想像、老屋意象所營造出的，而又因消費者本身的學習、成熟、經驗、意圖、熟悉度等差異，在體驗同個空間時會有不同的感受，使經營者所營造的空間氣氛與消費者感受產生差異。本研究經由訪談經營者整理出各經營者對於自己的老屋空間意象形容詞，再從體驗空間的角度用問卷調查的方式測試消費者的空間感受。

一、老屋是當代的刺激

老屋活化是目前全台灣的商業風潮，一開始是由社會的不安引發人們對於地方情感連結需求，尋找記憶、情感、價值或歸屬。然而現今的懷舊氣氛，在消費市場中被大量運用，大量的老屋在經營者與政府輔助推動下成為文化經濟的產品，經營者抱持著友善態度將老屋活化保存某一部分的老屋價值，但如此挖掘老屋價值的過程下也加速消耗老屋原有的生命。

老屋的生命是有限的，在活化使用老屋空間下，消費者逐漸會注意商品背後所隱藏的意涵與文化，透過消費的物品或空間了解背後象徵意義。老屋活化帶給城市正負面的刺激，也改變了老屋的角色，強迫進入空間內的人認識老屋的歷史與文化，成為文化傳遞的媒介。老屋之於當代成為主流將原本邊緣的小店帶入社會中，推動著社會思考老屋存在的價值與意義以及環境等議題，經營者活化老屋的想法，一為再利用、二為再使用，兩者所蘊含的老屋文化價值內容與程度截然不同，使進入空間的消費者所體驗的空間感受與文化價值也截然不同。

本研究認為在老屋有限的生命中，經營者挖掘老屋的決策應結合再利用與再使用的方式，將文化價值傳達，也將經營者的理念呈現，希望進入老屋空間的人能受到正向作用，接收經營者的文化，也不抹滅歷史建築原有的文化價值，成為促進思考與刺激的文化傳遞場所。

二、老屋是生活的展現

活化老屋空間的經營者們在老屋空間內所注入對於未來的空間想像與老屋意象，將老屋的文化與歷史傳遞到常民生活中，讓人對老屋的尊重不僅是建築還有無形文化的保存。老屋因歷史年代所產生的特殊場所精神聚集了人對於空間的共鳴與認同焦點，在老屋空間內有著經營者對未來生活的藍圖，且空間的營造也透露著人與人之間的關係，透過老屋所舉辦的藝文活動讓更多人接觸老屋、了解老屋、促進人與人之間的交流，將人再次聚集起來成為常民生活的場域。

本研究認為老屋空間不僅是經營者的場所，在老屋與經營者、經營者與消費者、經營者營造的空間與消費者之間，都展現了常民的生活樣態，且這樣的樣態當消費者走出老屋後還能漸漸發酵與思考關於文化價值和生活型態。

三、老屋是空間元素的價值

現今「老屋」成為具吸引力販賣「體驗空間」的符號，透過地方特色、常民文化等共同歷史背景產生心理層面的共鳴，形成體驗空間的概念。人們對於老屋的情感與連結，成為老屋活化得以生存的來源，老屋所擁有的文化與特殊歷史價值讓任何使用方式都能吸引消費族群，使老屋空間有了各種不同的色彩，空間的營造在消費者的需求下，「視覺」感受與「心理」體驗已經成為不可或缺的元素。

老屋咖啡廳的特色就在於老屋的時間紋理所造成的共同記憶、社會背景、與新舊之間的美學價值等等，經營者在老屋空間內創造正向的體驗，利用適合的燈光與色彩等處理，強化老屋空間特質，使消費者進入老屋空間與一般商業空間有著不同的消費經驗。忽略老屋的空間價值，將會使老屋失去原有的歷史、美感與魅力，成為空有老軀殼的商業空間，老屋活化應創造出具有人文與歷史感的新、舊對話空間。

四、老屋未來的轉化可能

老屋都有著可辨識的時代特色、與常民的集體記憶認同等，當老屋重生在生活周遭與社會重新接軌時，人對老屋是有特殊情懷的。台灣舊建築的脈絡發展下，從保存到活化，活化最終會產生轉化，在樣本裡也可以看見已經開始慢慢有人在思考著「轉化」這件事。保留老屋的軀體是現在的手段，我們可以體現常民文化、將工匠的技藝保存，但也不乏有許多老屋正在走向崩壞，一味的將老屋營造成凍結在某個時代的氣氛中；亦或是加入過多無謂的現代元素造成老屋氣氛的迷失，兩者都無法體驗老屋活化特有與新舊對話的空間氣氛，使老屋本身歷史意義消失成為空有軀殼的商品，片段的記憶讓產生共鳴的消費者範圍縮小，實質的文化傳遞作用也大大減少。

當消費者進入老屋空間的原因不再是「老舊」時，老屋擁有了更多選擇，如同芙甜透過法式甜點將消費者吸引入老屋空間，老屋的美是經營者保存的原因，在空間營造上不再是「老舊的」空間氣氛，而是如法式甜點般運用多層次的手法呈現；國王•蝴蝶•秘密基地，透過消費形式來傳達理念與想法，環境給予消費者思考與刺激，老屋成為了一個實驗場。玉山旅社將老屋空間內部乘載歷史氛圍，將營運做更有意義的提升，讓老屋一直提升活化後的使用機能，促使經營者思考更多老屋的可能性，也因玉山旅社是連棟木造建築，使保存有連帶的作用，影響了周遭的環境；Come Home 咖啡漫步是為了經營者想和另一半一起生活而存在的，當生活融入其中自然就覺得一切貼近自身，老屋成為不再是身外的事是生活的一部分。

台灣的老屋活化風氣已經達到一個高峰，如何在多元的活化決策中找到適合的運用手法是經營者所需謹慎思考的，在空間氛圍的呈現上，如何凸顯老屋的價

值與發揮最大效益將老屋的文化傳遞，而非陷入某種特定的活化模式造成老屋的浩劫與消費者對空間感受的疲乏，這是現今所要探討的議題。現今老屋所帶給社會的刺激與美好回憶當老屋的熱潮退去後，老屋是否還會備受重視？

本研究認為當未來老屋的熱潮退去，因這波老屋風潮而起的價值觀不應隨之消逝，從老屋上學習到關於對環境變遷的觀點、地區性的特色元素、美學價值、時間所堆疊出的氛圍、凝聚人與人的場所、與周遭環境結合的作法、對待當地文化的善意，這些都轉化為未來我們對待這片土地與建築環境的基礎，創造出不同的城市樣貌。



參考文獻

1. Aldo Rossi 著，施植明譯，(1992)，《城市建築》，台北：田園城市。
2. Benjamin,W 著，張旭東、王斑譯，(1998)，《啟迪：本雅明文選》，香港：牛津大學。
3. Francis T McAndrew 著，危芷芬譯，(1995)，《環境心理學》，臺北市：五南。
4. Gaston Bachelard 著 龔卓軍、王靜慧 譯，(2003)，《空間詩學》，台北：張老師。
5. Jane Jacobs 著，吳鄭重 譯，(2011)，《偉大城市的誕生與衰亡：美國都市街道生活的啟發》，臺北：聯經。
6. Paul Cloke、Philip Crang、Mark Goodwin 著，王志弘、李延輝、余佳玲、方淑惠、石尚久、陳毅峰、趙綺芳 譯，(2006)，《人文地理概論》，台北：巨流圖書。
7. Richard Peet 著，王志弘、張華蓀、宋郁玲、陳毅峰 譯，(2005)，《現代地理思想》，台北：群學。
8. Stanley Abercrombie 著，趙夢琳譯，(第二版-2002)，《室內設計哲學》，台北：建築情報季刊雜誌社。
9. Ted Andrews 著，上官昭儀•張振林譯，(2003)，《色彩能量你的身•你的心 — 做自己的色彩治療師》，台北：自然風。
10. 中村好文 著，林錚顛 譯，(2007)，《住宅讀本》，台北：左岸文化。
11. 中村好文 著；蔡青雯 譯，(2014)，《打開建築家的門：建築的設計風景，住居的生活美學，23 位當代建築家自宅探訪》，臺北：臉譜。
12. 方心汶，(2015)，《都市環境對使用者的空間認知影響之研究— 以中國文化大學學生對於通學環境認知為例》，碩士論文，中國文化大學景觀學系，臺北。
13. 王巧瑩，(2005)，《林安泰古厝拆遷事件後，台灣地區之歷史性建築遷移保存案例研究》，碩士論文，私立中原大學建築研究所，桃園。
14. 王志剛，(2010)，《征服全球的歐美創意團隊》，臺北：台灣創意設計中心。
15. 王建柱，(1978)，《室內設計學》，台北：視覺。
16. 王桂儀，(2012)，《從敘述性觀點探討餐飲空間美學之研究—以台中市宮原眼科建築再利用為例》，研究生論文研討會，國立新竹教育大學藝術教育與創作碩士班，新竹。
17. 王淳龍，(2013)，《築境•築命•築心：建築師的建築修行，讓我們身心和諧的空間實踐》，台北：商周。
18. 王琮惠，(2004)，《居家空間室內設計意象之研究》，碩士論文，私立中原大學室內設計學系碩士班，桃園。
19. 王源東，(2006)，《常民文化再現—王源東繪畫創作論述》，臺南：翰林。
20. 王瑋琳，(2013)，《民間老屋活化作為藝文空間之發展現象—以台南市中西

- 區之空間為例》，碩士論文，私立元智大學藝術與設計系—藝術管理碩士班，桃園。
21. 王義榮，(2007)，《從世界遺產觀點探討雅美族文化資產保存---以蘭嶼朗島村為例》，碩士論文，國立政治大學民族研究所，臺北。
 22. 古都基金會，〈2010 老屋欣力系列活動成果特輯〉，《路克米》，v22，2010.06。
 23. 李子和，(2011)，《不同消費族群對場所意象差異之研究-以臺北市個性咖啡館為例》，碩士論文，國立師範大學運動與休閒管理研究所，臺北。
 24. 李琬琬，(第三版-1993)，《室內環境設計》，台北：三民。
 25. 李緝禾，(2011)，《從色彩觀點談消費者對休閒餐廳知覺感受》，碩士論文，私立南華大學旅遊事業管理學系碩士班，嘉義。
 26. 村上春樹 著，賴明珠 譯，(1998)，《開往中國的慢船》，台北：時報。
 27. 狄瑞德、華昌琳 著，東海大學住宅及都市研究中心 編輯，(1971)，《台灣傳統建築之勘察》，台中：境與象。
 28. 辛永勝、楊朝景，(2015)，《老屋顏：走訪全台老房子，從老屋歷史、建築裝飾與時代故事，尋訪台灣人的生活足跡》，臺北：馬可孛羅。
 29. 周瑞萍，(2007)，《看見建築的聲音》，台北：大塊文化。
 30. 和田浩一，富樫優子，小川由佳利 著 朱波，萬勁，藍志軍，等 譯(2014)，《國際環境設計精品教程：室內設計基礎》，北京：中國青年出版社。
 31. 拉斯穆生 著，漢寶德 譯，(1987)，《體驗建築》，台北：基隆書店。
 32. 林亦宏，(2011)，《以體驗行銷觀點探討懷舊空間規劃因子之研究》，碩士論文，朝陽科技大學建築及都市設計研究所，台中。
 33. 林姿慧，(2009)，《古蹟及歷史建物之保存與都市景觀關係之探討》，臺北縣政府 98 年度自行研究報告，臺北縣樹林地政事務所，臺北。
 34. 林思玲，(2006)，《日本殖民臺灣建築氣候環境調適的經驗》，博士論文，國立成功大學建築學系碩博士班，台南。
 35. 林雅君，(2012)，《探討老屋再利用之空間改造策略與社會現象意義：以台南「老屋欣力」之案例為例》，碩士論文，國立成功大學建築研究所碩士班，台南。
 36. 林雯萱，(2006)，《庭園咖啡館空間印象之研究-以台中縣新社鄉為例》，碩士論文，私立大葉大學設計研究所，彰化。
 37. 林筱玲，(2010)，《應用美感經驗理念於公民科教學之個案研究》，碩士論文，國立彰化師範大學教育系，彰化。
 38. 林黛羚，(2010)，《改造老房子，完成一輩子的夢想•家》，台北：商周。
 39. 邱天助，(2002)，《老年符號與建構》，新店：正中。
 40. 邱銘珠，(2003)，《以使用者感官經驗為導向的舊建築再利用之研究》，碩士論文，私立中原大學室內設計學系碩士班，桃園。
 41. 段義孚 著，潘桂成 譯，(1998)，《經驗透視中的空間和地方》，臺北：國立編譯館。

42. 洪佳玉，(2011)，《咖啡店照明方式與色溫對使用者心理影響之研究》，碩士論文，國立臺灣藝術大學工藝設計學系碩士班，臺北。
43. 洪偉中，(2015)，《觀光工廠空間意象、購買意願與忠誠度關係之研究》，碩士論文，輔仁大學應用美術研究所，臺北。
44. 孫徽之，(2012)，《歷史建築改造為複合式餐廳之壁畫繪製創作 -以台中「日出宮原眼科」為例》，碩士論文，私立樹德科技大學應用設計研究所，高雄。
45. 翁錦玉，(2007)，《我的第一本室內設計書》，台北：尖端。
46. 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研究為例》，碩士論文，私立中原大學建築(工程)研究所，桃園。
47. 張春興，(1989)，《張氏心理學辭典》，臺北：東華。
48. 張素雯，李昭融，李佳芬，(2011)，《老空間•心設計》，台北：原點。
49. 張詩唯，(2015)，《空間異相或都市意象？—台中宮原眼科奇觀化的歷史空間及其都市觸媒作用》，碩士論文，國立臺灣大學建築與城鄉研究所，臺北。
50. 張運宗、黃沼元、戴震宇、李易蓉、陳仕賢、陳彥仲、陳柔森、張志遠、謝宗榮，(2015)，《台灣歷史角落巡禮》，臺北：遠足。
51. 梁箐華，(2005)，《台灣舊建築再利用理念與手法之探討》，碩士論文，國立臺灣科技大學建築系研究所，臺北。
52. 許乃文，(2011)，《探討餐廳氣氛與環境對消費者用餐意願之影響》，碩士論文，國立嘉義大學管院碩士在職專班，嘉義。
53. 陳世岸，(2008)，《後發展的都市保存論述：以嘉義市為例》，碩士論文，南華大學環境藝術研究所，嘉義。
54. 陳任厚，(2014)，《個性化風格商店之空間美感營造之研究》，碩士論文，國立嘉義大學視覺藝術學系研究所，嘉義。
55. 陳有貝，(2011)，《卑南遺址房屋建築之研究》，碩士論文，國立台灣大學人類學研究所，臺北。
56. 陳俊文，(2013)，《嘉義小旅行：散步北緯 23.5°》，台北：上旗文化。
57. 陳虹廷，(2008)，《城鎮發展下的連結與解散—蒜頭糖廠地景變遷與空間再結構》，碩士論文，南華大學環境藝術研究所，嘉義。
58. 陳韋志，(2011)，《色溫度與照度對用餐情緒影響之研究—以素食餐廳照明為例》，碩士論文，私立朝陽科技大學建築及都市設計研究所，台中。
59. 陳榮彬，(2009)，《老化認知教學對國小學童老人意象影響之研究》，博士論文，國立臺灣師範大學社會教育學系，臺北。
60. 陳翠華，(2014)，《城市的智慧消費空間與其情感美學價值之研究——以臺北市五種品牌連鎖咖啡店為例》，碩士論文，國立臺北教育大學社會與區域發展學系碩士班，臺北。
61. 然靈，(2012)，〈舊建築新能量—老屋新建與空間再生〉，《明道文藝》，483-16。

62. 黃士娟，(2012)，《建築技術官僚與殖民地經營(1895-1922)》，臺北：遠流。
63. 黃仁志，(2006)，《消費社會中的古蹟再利用－台北市的案例》，碩士論文，國立台灣大學建築與城鄉研究所，臺北。
64. 黃光男，(2007)，《板橋林家花園營運策略之研究》，碩士論文，國立臺灣師範大學美術學系，臺北。
65. 黃冠博，(2010)，《文化資產可望說服－文化資產推廣策略研究》，碩士論文，雲林科技大學文化資產維護研究所，雲林。
66. 黃奎祐，(2015)，《結合台灣客家花布與中國園林花窗應用於服飾與裝置藝術之創作研究》，碩士論文，樹德科技大學應用設計研究所，高雄。
67. 葉美莉，(2000)，《商用色彩學》，台中：果岩。
68. 葉瀚中，(2011)，《老舊房子的民間經營模式與其在地性之研究》，碩士論文，南華大學建築與景觀學系環境藝術碩士班，嘉義。
69. 董娟鳴，(2005)，《步行者空間認知對空間選擇影響之研究－以台北西門徒步區為例》，博士論文，國立政治大學地政研究所，臺北。
70. 詹宏志，(1989)，《城市人，台北》：天下文化。
71. 廖俐婷，(2013)，《餐廳氣氛對消費者知覺價值及行為意圖影響之研究－以乾杯燒肉屋連鎖燒烤店為例》，碩士論文，國立高雄餐旅大學餐旅管理研究所，高雄。
72. 漢寶德，(2004)，《中國的建築與文化》，台北：聯經。
73. 趙志元，(1999)，《歷史性建築室內空間再利用之研究－以台北市衡陽路為例》，碩士論文，私立中原大學室內設計學系碩士班，桃園。
74. 劉其偉，(2002)，《藝術人類學》，臺北：雄獅美術。
75. 劉琬芳，(2002)，《「身體－空間」經驗的現象學研究》，碩士論文，私立南華大學環境藝術研究所，嘉義。
76. 蔡佩穎，(2013)，《商店氣氛、消費者情緒與知覺價值關係之研究－以台中市 S 餐廳為例》，碩士論文，私立朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班，台中。
77. 蔡孟軒，(2014)，《府城辯證意象：從老屋現象看當代台南都市寓言》，碩士論文，私立南華大學環境藝術研究所碩士班，嘉義。
78. 蔡怡玟，(2011)，《淡水老街的慢活》，博士論文，國立臺灣師範大學地理學系，臺北。
79. 鄭天爵，(2009)，《大學生畢業旅行目的地意象與決策行為之研究－以宜蘭大學為例》，博士論文，中國文化大學理學院地學研究所，臺北。
80. 鄭雅靜，(2013)，《意象導入詩畫創作之童詩教學研究》，博士論文，國立臺中教育大學語文教育學系，臺中。
81. 諾伯舒茲著，曾旭正譯，(1990)，《建築意向》，台北：胡氏圖書。
82. 龍開誠，(2006)，《室內空間色彩意象與色彩偏好之研究》，碩士論文，私立中原大學室內設計研究所，桃園。

83. 薛涵君，(2012)，《彩色 LED 燈光之心理特性研究- 以光的三原色及黃色為例》，碩士論文，國立清華大學工業工程與工程管理學系，新竹。
84. 謝御婷，(2010)，《「常民文化」語彙概念的使用、讓渡與再利用：1990-2008 年臺灣藝術雜誌藝評的篇目、辭彙與書寫策略之探討》，碩士論文，國立臺灣藝術大學造形藝術研究所，臺北。
85. 顏世樺諮詢，李宜霖整理，(2011)，〈回收房子—台南老房子進化 ing〉，《綠雜誌》，2011.02-009。
86. 魏鼎耀，(2005)，《目的地意象、知覺價值與遊後行為意圖關係之研究》，碩士，國立成功大學交通管理科學研究所，新竹。
87. 鐘聖校，(1990)，《認知心理學》，臺北：心理。

網路資訊

1. 。混沌。建築。〈何謂古蹟活化？賣咖啡？賣小火鍋？賣烤香腸？…還是有賣就好？〉，<http://blog.yam.com/fijung/article/17157683> (2015/11/15)
2. 103 年度嘉義市舊有建築活化再利用補助計畫，<http://www.cabcy.gov.tw/oldbuilding/> (2015/10/11)
3. UNESCO 聯合國教科文組織—<http://en.unesco.org/> (2015/11/13)
4. 大紀元，(2008，3 月 12 日)，〈八八畫展活到老畫到老〉，<http://www.epochtimes.com/b5/8/3/12/n2042726.htm> (2016/04/15)
5. 文化局/行政處，(2014，4 月)，〈文化局啟動「舊屋力」老屋補助計畫 鼓勵老屋活化做文創〉，http://www.chiayi.gov.tw/2011web/02_news/02_detail.aspx?rid=41713 (2015/10/07)
6. 文化局/行政處，(2015，3 月)，〈當台式老屋遇見法國新知音 嘉市 104 年舊屋力老屋補助計畫起跑〉，http://www.chiayi.gov.tw/2011web/02_news/02_detail.aspx?rid=44246 (2015/10/07)
7. 文化部，〈文化法規—古蹟修復及再利用辦法〉，http://www.moc.gov.tw/information_309_19988.html (2015/10/11)
8. 文化資產局，〈台灣世界遺產潛力點—威尼斯憲章 1964 〉，http://twh.boch.gov.tw/taiwan/learn_detail.aspx?id=38 (2015/11/11)
9. 古都保存再生文教基金會—成立宣言，<http://www.fhccr.org.tw/story-1.htm> (2015/10/11)
10. 台南。微旅行部落格，<http://microtravel.weebly.com/> (2015/10/07)
11. 台灣文化資產保存觀念之演變，<http://www.eyebok.com.tw/books/2BF65/2BF65-CON.pdf> (2015/11/11)
12. 老屋工作坊，(2013，7 月 4 日)

- <http://www.up.ncku.edu.tw/2013oldisgood/doc/06091011/1%E8%80%81%E5%B1%8B%E5%B7%A5%E4%BD%9C%E5%9D%8A.pdf> (2015/11/20)
13. 老屋欣力, <http://www.oldhouse.org.tw/index.asp> (2015/10/07)
 14. 2014 老屋欣力宣言, <http://www.fhccr.org.tw/home.htm#odh> (2015/09/23)
 15. 老屋顏, <https://www.facebook.com/OldHouseFace> (2015/10/20)
 16. 欣府城, 好生活展覽活動 <http://www.meet-tainan.org.tw/distribute.php> (2015/10/07)
 17. 邱瓊平, (2007, 12 月 4 日), 〈模擬日光燈泡 享受日光浴免出門〉,《聯合晚報》, 臺北。
www3.ntust.edu.tw/front/bin/download,news96122001,n,122.phtml (2015/11/20)
 18. 青年找老屋 | 嘉義市, <http://www.fapda.com/chiayi/b02.htm> (2015/10/07)
 19. 傅朝卿, (2004), 〈建築再利用專題討論—新舊辯證論〉, <http://www.fu-chaoching.idv.tw/file/ncku11.pdf> (2015/11/11)
 20. 傅朝卿, 〈古蹟與歷史建築的修護倫理〉, 催生司法博物館, <http://museum.lawbank.com.tw/action05.asp> (2015/09/23)
 21. 嘉義市政府文化局, (2008, 3 月 12 日)〈文化局 4 樓展覽室展出「林竹生教授八八回顧展 暨伊文 伊紅 父女 國畫聯展」〉, http://www.cabcy.gov.tw/cabcy/news_index.asp?id=1515 (2016/04/15)
 22. 檔案樂活情報, 〈警報響起…防空洞成追憶〉, <http://alohas.archives.gov.tw/78/search.html> (2016/04/15)
 23. 懷舊小館粉絲專業, <https://www.facebook.com/%E6%87%B7%E8%88%8A%E5%B0%8F%E9%A4%A8-477540742344131/> (2015/10/07)

附錄

附錄一 訪談紀錄

	訪談對象	咖啡館名稱	訪談日期	備註
1	余國信	玉山旅社	2015/09/10	於洪雅書房訪談
2	洪雅書房員工		2015/09/10	於洪雅書房訪談
3	Nicole	Come Home 咖啡漫步	2014/12/17	
4	老吳	國王•蝴蝶•秘密基地	2016/03/10	
5	馮經理	芙甜	2015/09/02	

2015/09/10 玉山旅社（受訪者：余國信）

研：你可以先說一下為什麼你想要去整理玉山旅社和過程嗎？

經：其實這個網路上很多，我就簡單講一下，就是2001-02年是嘉義有一群年輕人最活躍，然後一直在搶救公部門的土地，然後批判當局是文化沙漠的年代，那到了04年05年其實已經該搶救的幾乎都搶救快完了，這時候比較指標性，像嘉義舊監（嘉義舊監獄）、舊酒廠、火車站、鐵道藝術村、公賣局，很多的空間幾乎我們都一路輸、輸、輸，後來都贏、贏、贏，所以其實就到了06、07，我們就沒什麼搞頭了，你要在罵政府也沒什麼比較大的後座力了，老實講另外一個是搶救成功之後我們也什麼都沒有，所以搶救成功之後我們就退場了，那大家都士農工商，讀書的讀書，批判的批判，投入政治選舉的去選舉，然後我這邊就是繼續開書店這樣子，那這個到了2008、09年，2008年其實我就已經有想要做些什麼事，所以那時候就會常常帶導覽解說，然後都一直發現玉山旅社，後來就會覺得既然大家都沒什麼議題了，那是不是回過來民間的建築，私有的住宅這件事，這些宅地、住家，可以去搶救，或者保留，不要說搶救，所以在這樣的過程裡面就開始，在尋找一些可能性，二來也是開始把公部門的土地自己保留以外，也要去保留更多的民間，因為我們覺得那個建築，就像那個基因庫，它是有條碼的，可是我們的條碼總是公部門的，就是那個多樣性不夠，所以就從此開始覺得應該要開啟嘉義民間建築的保存這件事，所以那時候2009年有機會就租下了玉山旅社，這個其實是08、07年就看見它了，只是就是還在問。

研：所以那邊是租下來的？現在還是租的？那本來是誰的？

經：就民間的一個私人的。

研：那我之前有去過旁邊那棟，因為玉山旅社那邊二樓是通的？

經：最近要還他們了，之前是這樣，我們其實是整排都要想怎麼保存，因為他們那是一個街屋，六連棟的街屋，那這個街屋的屋頂是一體性的，如果玉山旅社拆掉，那大家就會跟著拆掉，就是會一起去談說應該蓋成那個販厝，樓仔

厝，所以它是有一種連帶作用，那我們保存就會有連帶作用的保存，是這樣子的。

研：我看那邊最近也有很多新的店。

經：看你怎麼看啦，我看是不好，因為我們幾個好朋友都在談，你們有個學長叫小潘，我就一直在跟他談，搞不好現在是我們退場的時候了，因為已經很商業化了，就像老街的社區營造，就不知道在做什麼事，做社區營造他們就更商業。

研：因為那個檜意生活村那邊嘛！

經：對。

研：那當初有想要保存哪些部分嗎？玉山旅社想要呈現或是保留什麼回憶給那邊的人或是近來玉山旅社的人？

經：以前我們有幾個想法啦，第一個是說我們到底在保留什麼，應該是在保留那個歷史性的淵源，因為我們常常會遇到保存之後再利用，那再利用就會遇到活化嘛，就是商業，可是我們那時候第一個想到的是玉山旅社嘛，它叫做玉社，那時候最大的力量是修復、維持旅社的功能為第一優先，第二優先就是法律上面的衝撞，比如說火險，木造房子在嘉義市目前火險搞不好只有我們有保而已，就是我們去衝撞、問很多人、要求應該要讓我們保，我要繳錢，我要保險，他竟然跟我說木造房子不讓我保火險，公共責任險也不要，這是個很誇張這樣，這件事情是一個議題，那第二個議題是木造房子的旅社，一但歇業以後要再復業就沒辦法，因為法律規定，所以這個時候就是屋主做出了不當的決擇，歇了三年，超過那個預期，那這個都是法律上面對木造房子的歧視，他們認為木造房子就是危險、骯髒就是不衛生、不環保，然後木造房子就是悶熱、就是幽暗、就是色情，反正你可以講一百個理由，包括那時候我進去就是有一個怪怪的味道，就是那個臭撲味，會漏水阿，白蟻也很嚴重，所以那樣的房子你說我們要怎麼保存，那一般人都是趕快吹冷氣，把它拆掉這樣，然後我們那個時候就是找小潘的學長，其實你可以問他，他是第一代存從我們怎麼修理到經營，一直到現在我們都還有在合作這樣，所以他是經歷過整個玉山旅社，算前世今生，那我們那時候第三個事情，第一個是想要保留旅社的建築，其實在台灣旅社的建築好像很少人談論，有時候旅社辦保存了，可是就做不一樣的事情，像彰化也有一間來拜訪我們，就是那個成功旅社，現在叫做農用書店，你去看的時候就二樓很可惜，就沒有辦法修成可以住宿，那我來看那裡做住宿是最理想的，那個台灣很多，一時之間也講不完，但是這樣的案例我們期待就是各地應該看見旅社建築這件事，旅社的建築是和一般的民宅是完全不一樣的，如果是木建築它的樣子就會更特殊，那第二件事情，那這個地方所謂的再利用方案可不可以跟旅社有關係，所謂歷史脈絡的延續，那歷史脈絡的延續，很可以在台灣當前我們在保留的時候都是先求保留，那要怎麼再利用都算好事情，可是這個就跟社區營造，只要有做社區營造就好了，管他做得好不好，是一樣的是，我覺得就是玉山

旅社那個時候我們就要提出它再利用，如果沒有旅社功能，那它跟外面的有什麼不一樣？就你隨便去租一間老房子，把它修理好，寫玉山旅社就好了，就是你就租一間老房子，修一修，然後就寫這裡就是KANO近藤教練的宿舍，拍片的地方這樣亂掰，原來再利用的那個話題是亂寫的，就像外面那個滷味都寫它是諸羅第一家，或者什麼六十年一樣，就有一天我們會覺得，雖然也很好吃，可是為什麼要騙我們，那歷史空間再利用，某一種程度也遇到這樣，這個是第二件事，那第三件事就是，我們在賣的東西有沒有可能，不要以為這裡是觀光，或者我們利用了觀光，然後來的人就隨便賣一些東西給他，我們賣的東西可不可以有一點理念，而不是我開書店賣得什麼書，說的一套外面做一套，那個我們以前就有一群人以前就一直在檢討，就是理念不應該是這樣，就像我們讀書，然後在校園內有理想，踏出校園外就沒有理想是一樣的事情，所以我們那時候就一直在堅持這部分，所以玉山旅社賣的一定要是公平貿易的咖啡，只是要選擇哪一家的問題，玉山旅社要賣一些小農的東西，所以我們的東西幾乎，很認真地減少了像糖，是蔗糖，蜜是小農的蜜，醋也是，我們已經盡量的了，除了那個雞肉捲、牛肉捲沒辦法，後來發現用台灣的雞肉捲實在是危險這樣，因為我們常常有禽流感，所以也不得不相信異國，所以我們是有這樣的情勢，就是在用一些飲料的時候已經盡量，這個在附近你去看就可以理解了，那也代表我們的競爭越來越難了，因為越來越多店了，大家可能就是要買便宜的、好用的、隨便吃一吃就好，而且檯意生活村裡面也開太多了，所以你可以問這個小朱，玉山旅社你都問他最理想了！後來我們也都變成給文化旅遊的學生去經營，一直提升它的再利用方案可以是比較友善、在地化、持續性的事情。裡面的空間氛圍就是剛剛講的第二項，那種脈絡的延續，這個是在那個過程裡面一直盡量在完成。

研：那玉山旅社最一開始是什麼時候建造的？

經：這個是歷史考證的問題，其實網路都寫得很清楚，老實講我也不清楚，因為屋主換了這麼多個，但是有一個小孩他現在已經78歲了，他出生的時後玉山旅社這間房子就在這裡了，那照理講這間房子應該有78年了，可是我們去查那個建築樣式，其實它已經有被拆過，有被翻修過、或增建過，這個跟人一樣，有時候會戴帽子、有時候穿衣服，那個很難講他什麼時候建築的，因為這個事情是要去測繪跟做一些事情的考證，那我反而覺得這個事情不是那麼重要，但是可以確定那個玉山旅社這個名字是從民國55年一直用到現在，那個建築我們問隔壁的隔壁，有一間雜貨舖，我們訪問他的時候他說他們比對建築歷史，他們認為這間是民國36年左右，他就非常有印象了，那如果再去看看早期的地籍圖或者依些老照片，其實它大概在1942年以後才有的。

研：那玉山旅社有什麼故事可以分享嗎？

經：這個網路上很多，我就不多講了，這個隨便問都有，做黑的，什麼故事都有，這個網路上都可以參考。開店就是想做這三件事情，現在忙很多，因為要開學了，阿之前在忙那個老屋修繕，集中在嘉義的老屋修繕，都是打帶跑，哪

裡都有插手，這幾年有如蹲點，要蹲出讓人家有印象，所以就是不得不鎖定這附近。

研：那參與哪邊比較多？

經：應該說我這邊還是有三個事情要做，第一個就是隨時要去觀察、發現嘉義哪裡有老房子，然後用什麼策略把它保存，那這幾年大概都是有持續在做這樣的事情，第二件事情是，我們盡量不用抗爭，抗爭留給別人去處理，因為有開了幾個店，一直抗爭也是很困擾人員就會不敢留下來，所以就是要特別注意，就像我們很多學生如果知道老師都一直在抗爭常常被抓走，他也不敢來這邊，這個是很現實的，或者來書店也是阿，所以這也是最困難的事，就是要怎麼去維持，房子也要繼續保存，比如文化中心的後面，博物館的旁邊有一片房子，那邊就是我很用心，用技巧性地保存，現在是保存下來的，接下來就要看他們怎麼去測繪、活化再利用了，保存是第一件事，其實一棟房子要到最後，那個也是很艱辛的，舊的市政府我就沒有參與了，因為那個鋼筋水泥，我鎖定木造房子，也有處理，是直接跟當局溝通，所以當他們訪問我的時候我會要求哪一個部分，或者古蹟委員打電話給我的時候我會提我的思考，所以那時候我贊成全區保留，這歷史我們都不可能改變的方式，他怎麼問我就怎麼回答，全區保留這個無庸置疑，至於他的歷史性的故事，那個就要看我要亂掰的，還是要真實的，那既然我都講說要全區保留了，只好附和掰一些故事，但是那個實在是難題，你問我但是又沒有給我時間去調查，當我神？以前要擲杯問神明也要點香三天三夜，或是七七四十九天，但是我們現在都不是，電話來就問要怎麼保存，這個故事是什麼，我想年代就不要再多講了，那是導覽解說我們可以亂講，但是這個部分保留一下，你就上網查就好。

研：那怎麼會想要接觸保存和保留老屋？

經：以前我讀書後來回來嘉義，我1999年回來的時候，覺得讀書那時候的那個街景，跟我讀書回來的街景竟然變化了，而嘉義市沒有什麼建設，但是那個變化很多，那那個過程裡就捫心自問，覺得嘉義市其實還是有變化，普遍多數的人覺得沒有變化，可是我覺得我標記的一些房子都一直拆掉，一直蓋大樓，或者蓋成水泥建築，對我而言我就覺得那個是個變化，或者公部門的建築也是，那在那個過程裡面，就開始覺得應該要去呼喊，或者應該要去登入這個保存的搶救，那現在你問我，我鎖定的就是木造房子，因為它會跟這個城市要怎麼去論述和未來有關係，這個跟阿里山的開發有關係，再問下去太深了，應該不用那麼多，但是鎖定的就是木造房子，那就看你有什麼問題在連絡，因為太忙了，一個人要做很多事，你也可以去玉山那邊坐著，問問那裡的人員，訪問他們也不錯，看他們怎麼想，他們雖然沒有跟小潘一樣一起參與這麼多事，但是房子就像一個老人家，老人家有時候就是會需要整修所以後期的參與一定會有。一開始的開設大老就是小潘，不然就要問你們建慧老師，那後期就是我們有後期的軍隊，人一直再接續，不然房子早就倒了，

物資就停止了，所以它會一直前進就是有一些人一直接序，我覺得接續的人也是有故事的，小潘是以前常常就來書店這邊，我們那時候在保留的時候就有找他一起參加。



洪：玉山與二通整個修建過程，最後加新的營運模式創新之後，開始有公共建築以外還有民間的保存，所以才在這邊開設這種類似老屋的老屋特攻隊或是嘉義慢慢行，就是讓人家認識這邊的老房子，會安排一些課程，除了讓認識一般在街道上看到了老屋之外，還去可以裝修的地方，譬如五金行或木材行，去那邊認識說，如果你家有老屋或是你想投入像老屋保存這樣的東西的時候你可以怎麼做。所以最近就開始有一些把老屋介紹給更多人認識的課程，嘉義這邊很多老屋。

研：那所以你是參與這邊洪雅書房，沒有去玉山旅社？

洪：玉山偶爾會去，沒有很常，去玉山那邊幾乎都是幫忙帶導覽，就是因為玉山那邊牆面上雖然有一些建築介紹，但是沒有那麼深刻，那看網路上有一些遊玩紀錄也不是很全面的，所以如果剛好有人去問起的話，我們又有在那裡，就會幫忙帶大家認識老屋這樣。就是大北門地區這邊剛好有很多舊的日式建築或是宿舍。

研：那你也認識小潘？

洪：我只有看過他一次，因為那時候老屋修繕隊他有回來當講師，然後還有來洪雅跟他老婆。

研：那你怎麼會想要來這邊？

洪：我是中正大學的學生，我大二的時候就來這邊當志工，我那時候有參與二通672的修建，那時候它還是一間破房子的時候，我們就一起整修，一直到它開幕，然後畢業之後就想說，很喜歡這裡的環境，這邊也剛好缺人，所以就回來了，因為嘉義我感覺算是第二個故鄉，我本身是高雄人，可是我來嘉義這邊讀書。

研：那你會想要回去高雄幫忙嗎？

洪：對，我就是來到嘉義，我想是不是我的錯覺，為什麼嘉義有一些文史的保護做的比高雄好，就開始回去找說有沒有像洪雅這樣子的書店，或者是在做有沒有高雄自己的文史保護的，因為真的在路上，或是大樓商業的地方都看不到，像嘉義市是市區，可是其實它很多老屋都在重新應用，而且很發達，讓你不會去排斥它，而且反而大家會很喜歡，我要去哪個老屋、或是哪個咖啡廳，特別是以舊建築為特色的咖啡廳，可是高雄不會，只會說我要去哪個誠品、我要去哪個電影院，這是我納悶的，因為這邊認識以後我才會去找說那有沒有比如高雄的三餘書店，是2013年才開，或者說是高雄的打狗文史社團，都有在維護高雄在地文化，還有一些建築，高雄比較多都市規劃，所以才開始慢慢去了解。

研：所以之後高雄如果有這樣類似的活動或是政策發起的話你會想要回去幫忙嗎？比如一年一次補助的修繕計畫

洪：如果那些團體有把資訊弄出來，而且時間可以配合，我會很想回去，因為我

很好奇，我都一直看嘉義這邊的老屋，因為這邊都是日本建築，不曉得高雄那邊會是什麼情形，應該是差不了多少，因為高雄港那個時候日治時代也很發達，那或許經驗可以一起用。

研：那你有想去台南的老屋嗎？

洪：之前有想去，可是就剛好沒有去到。

研：那你有覺得台南老屋跟嘉義有什麼差別嗎？

洪：我沒有去看老屋欣力那邊群聚的聚落，但是我從他們的會刊，每次去我都有拿，已經累積好幾期了，然後我就發現說，在我的感覺台南的舊建築好像是政府跟民間團體都有一起在推廣，我的感受是這樣，那在嘉義這邊我看到比較多是民間團體自發性的部分，這是我目前感受到的差異。那我因為之前有想要去看，然後我就看，好像台南的舊建築跟舊建築之間的距離還蠻遠的，但是嘉義這邊就是都在嘉義市，很近，所以我在想或許是不同的發展模式，他們可能是一個點，再發展周邊，那這邊可能是各個點聯合，然後再走動線這樣。

研：可能是嘉義很小，因為我在另一家訪談的時候，他也有說嘉義和台南比較不一樣是因為嘉義的比較集中，所以只要集中起來開發的話其實很棒。

洪：對！就有共榮的感覺，台南可能比較遠，嘉義也很適合慢活的地方，街道也很小，但是它五臟俱全，就是騎個腳踏車，甚至走路就可以，反而機車跟汽車就很麻煩，因為找不到停車位，所以覺得這邊生活很舒適。

研：所以你畢業幾年？

洪：我剛畢業，今年六月大學畢業。

研：那你第一次去玉山旅社是什麼時候？

洪：應該是兩年前，就是我來這邊當志工的時候就開始會帶人去玉山，從洪雅這邊去玉山，因為順便就是講可能北門車站或是鐵道藝術村等，就是都是洪雅協會這邊的東西，玉山動力室也是從舊的火力發電廠救下來的，現在算是木雕的展覽空間，二樓是一個演講空間，但是它還保有大概三分之一到五分之一的空間是舊的發電廠的設備，所以我都帶大朋友去那邊，他們都會說，天啊：你們嘉義也太好了吧！怎麼會有這種東西，還保留那麼好。

研：那你第一次去到玉山的感受？

洪：玉山會讓我變得比較嚴苛一點，因為玉山它是每一個空間都很有它要告訴你的東西，比如說它的佈置，它是二手的，那它就是二手的，或者是它有鐵道故事，它都會很明確，它在二樓的部分，很多是過去的房間一小間一小間，之後把它打通，然後它柱子上都有做標示，旁邊也都特別有留可能白蟻蛀過的木條，那到三樓雖然比較少人上去，可是它那邊都還有留竹編夾泥牆的那些裝飾，都會讓我覺得都有寓教於樂的那種感覺，而且我會很享受在那樣的空間，但是因為去過玉山之後，再帶其他同學去其他咖啡店就會覺得這一間店家想表達的事情好像沒有玉山那麼多元，可能一般外面咖啡店比較單一，賣的是氣氛、飲料什麼的，但是在玉山就很像活教材的感覺，所以這是我去

玩玉山之後的感覺，如果之後有同學要來，要找一間有代表性的，我會選玉山，就比較不會考慮其他的咖啡廳，這是我自己的想法。

研：那對於檜意生活村你覺得？

洪：我或許不能否認我都會受到老闆的影響，因為我一開始進去會覺得這邊好像不錯，是一個聚落，可是進去看完之後會有一點失望，好像看不到這個地方自己的歷史，只看到新的文創，有些也不一定是，說不定連文創都談不上的商業行為在這些看似舊的建築裡面，我會覺得來這邊好像大家都會來的地方，然後有人氣，它沒有其他的東西，我覺得有點可惜，後來我也是去過之後，因為那就是你去過就不會想要再去第二次了，之後是大哥在帶導覽的時候我才發現，就是它的木建築雖然是重新翻修，但是它還保留部分的比如是樁接或是防水、接漏這樣，那第二個部分是他說現在旅客服務處是以以前的公共澡堂，那它突然多了一個這個公共澡堂的歷史，會讓我突然對它更增加多一點好感，比如說像這邊都是舊宿舍區，那這一個澡堂可能是在六、七十年代以前很多可能男性都會到那邊一起交流、洗澡，就是一個公共空間，也是聽大哥講的，它後面那個俱樂部，就發現說椰子樹的建築，那為什麼那邊會有一個俱樂部，就是因為這邊都是宿舍，這個聚樂步是來當夜店的，可能是他們高級的官員做休閒的地方，就會發現原來這邊有一個長官可以玩，其他人不能玩的地方之類的，原本可能真的會對他失望，可是真的還是要藉由這些導覽、有故事、知道這些歷史的人來幫它平反，像大哥剛說的，他們一開始都覺得把它搶救下來就好了，後面怎麼應用對當初的抗爭者來說或許都已經是個福氣了，可是檜意生活村就變得有點不像它以前的樣子，所以我覺得後面的維繫真的是要靠一些有心的人、真的在做舊的東西被記憶的這件事情的人才會有辦法來做，如果只是單純的讓它看起來很熱鬧，那說不定他就不過兩年就沒了。

研：我也覺得很多社區營造就是這樣。

洪：對，跟這個社區沒有連結。而且真的像這種社區型的歷史建築真的是要靠附近的人去幫他乘載那個記憶，不然靠那些外地人的話，他也對這邊不了解，本地人不接受它、向更多人說它，那它就會漸漸被淡忘。

研：文化部現在也有在推小的歷史的保存。

洪：對，我也是聽到，好像說文化局現在這個長官比較可以聽得進去，其實做像這種接觸地方的保存，其實很看主事者，因為說不定只是它一個動念之間，把用在其他地方的經費撥過來一點點，那很多地方，可能未來十年、二十年後，他都會是嘉義市的一個商機或是嘉義市的一個故事，那都是看那個人做了什麼判斷。

研：文化類的需要一直辦活動或是持續性的。

洪：對，修繕感覺比較像是動機的啟發，但是你說像是之後的應用也要有自負效益的評估，就是你除了要做好以外，還要經營得好，剛好最近在老屋修繕隊跟接觸老房子，以前那種以前客家式的建築，圓圓大大的，窗戶很小，動輒

四、五百年，明朝、清朝留到現在，然後我聽到一個概念嚇一跳，他說這些古蹟就是要住人，因為有人才會活，然後我就馬上轉想到，那嘉義市這邊的老房子真的就是，你可能會覺得它就是很危險，可是真的是一間房子有沒有生氣或者是它的那種完整性，真的是要看它有沒有人常常在那邊活動，那我覺得很開心是可以看到，很多嘉義市的老房子，一眼就看出來老房子它是很有朝氣的，但是也會走在路上一看就看出來它是沒有住人的，它還在等待有人去發現它，可是不難發現說每間老房子都有它的歷史跟特色，還有它在那時候的建築很厲害的地方，有些說不定現在我們還是覺得很厲害，因為開始接觸老屋以後，就會在路上開始亂看，比如說以前騎車在等車，就只是在等，但是現在就會開始看旁邊是不老屋，或是它的建築有什麼特色，像嘉義有很多像那個鐵窗超級漂亮，就會開始亂觀察。

研：你是什麼科系？

洪：我是勞工，勞工關係，社會科學的，有兩個部分，一個是勞工法律，或是說勞保、就業服務法、勞基法，第二個部分是人力資源管理，就是很像企管那種，那第三部份是非營利組織工會，就是講究團結權還有組織行為的這種，我這樣算是第三部門。

研：那你現在在這邊有空就會帶導覽嗎？

洪：就是大哥他本身就會帶導覽，然後我就聽，就先從朋友開始練，因為我從大二知道這邊以後，因為這邊會讓我接觸到很多嘉義市的故事，我就開始認識很多，像舊監我就去了四五次，所以他講什麼我都知道，我都可以自己帶我朋友去講，只差我能不能幫他們開那個門而已，所以我很喜歡跟人家說明故事的，像我們七月份有一個實習生，他就寫明信片來，他就說在這邊讓他知道，你之後要再跟別人講一件事情或是介紹一個地方的時候，不能只說這邊很好玩，東西很好吃，就是你不能用很籠統的字去跟人家說，因為這樣人家也沒感覺，你可能要跟她說這邊好玩是好玩在哪，後面有什麼事情，像這邊有一本他九月份出的新書，我們昨天才剛收到，他那邊就寫說，旅行不是要讓你變得好像很厲害，去過很多地方，而是要讓你認識每個地方的故事，我覺得一切都環環相扣。我們玉山旅社這邊是照排班的，所以店長都是輪著排。

研：我發現玉山很多人進去參觀。

洪：對呀，就是一個宣傳的概念，大家可以進來看看就走。玉山的住房率其實不太能算，有時候有人會包棟，那包棟就是晚上才能住，七點領鑰匙，七點以後才能住，隔天十點以前就要退房，最近很多都是環島走一走，然後在路上就會被推薦來玉山了。

經：另外一半我先生，他就是來自香港，然後那時候我們就是覺得說一起生活，然後一起想要共同去做某些事所以我們才會選擇想要經營咖啡廳。然後其實會選擇這間老房子就是應該算是一種很巧妙的緣分，就是他貼那個出租的小貼紙出來大概第二天，就因為我們經過，就被我們看到，然後我們就進來看了一下空間感覺不錯然後就承租了。其實承租的時候才發現說原來它是以前國畫家的故居，一個國畫家，他就是畫水墨畫的，他叫林竹生，然後那時候就覺得接受有一種使命感，就是要來認真的，不能隨便阿，可是還是會希望把他以前的遺留下來的空間好好的保存然後不要過度改造這個空間，還是會希望有一點他的氣息在這邊，其實選擇老屋的原因，其實我們一開始在鎖定想要開咖啡廳的時候沒有特別鎖定要老屋還是要怎樣的店面，就是像一開始說的是緣分，然後因為先生有室內設計，因為他是室內設計師嘛，所以會有一些，應該是我們手邊有一些很好的資源，一就是室內設計師，二是我們家裝潢的，所以會覺得說，就是其實可以試看看由老屋下去做改造的咖啡廳，因為以前老屋咖啡廳，就是我們開兩年多了嘛，大概兩年半以前還沒有很多，可是我知道台南、台中、北部，其實還蠻多案例老屋改造做成咖啡廳的，一開始嘉義比較少，就想說可以試看看，然後其實也應該是跟我們自己的喜好有關係，因為我們本來就喜歡老東西，然後從小東西去延伸到老房子這樣，就是這種概念，其實沒有很積極的一定要老房子還是怎樣的。

研：在這個空間你有想要呈現給消費者什麼樣的感受嗎？

經：歐！對呀！就是像店名Come Home一樣，就是還是會覺得因為畢竟是國畫家的故居，我們是會想要讓大家好像回到家一樣的那種感覺，因為它其實，它本身的架構其實很好，就是屋子的架構其實很好，所以第一個出發點就是不想花太多的、很新的東西去做改變，然後我們才會覺得說那不如就是像家一樣，就是幾乎格局都沒有去動到，隔間一間一間都留著，就像家裡面有自己的小房間一樣，所以架構上來說我們的出發點是這樣，就是盡量不要去動到格局，然後再來就是因為我們自己也住這邊，我們承租的時候就決定要在這邊生活了，那既然是生活的地方就是家，所以還是會覺得說那在整個布置的空間，還有像餐點呈現的東西呀，是會希望說比較家庭味一點。

研：那像是你們家具的選擇？

經：其實家具的選擇因為，因為可能是我跟我自己成長背景的關係，因為我說道我們家是做木，做裝潢的，所以我還是會選擇以木質的東西，然後像有一些想法就會請先生畫設計，然後請家人製作這樣子，就是還是會選擇以像木質的東西呀，像木桌阿，就是會希望以一些木頭的材料，然後跟很溫潤的那種木質去呈現，像每一個櫃子阿，幾乎用到都是木頭。

研：所以那些都是訂做的嗎？

經：不一定耶，有些是撿來的，哈哈。

研：對呀！現在很流行這樣子！

經：哈哈！對，就是路邊看到它不錯就撿回來，其實有一些是那個國畫家留下來的，因為他們一開始，他們撤走的時候其實有留一些家具在這邊，那我們還是會希望說不要，就除非是真的爛到沒辦法再利用我們才放棄，那其他的話還是會把它保留下來，就是運用在各個角落這樣子，所以其實每一個角落像，一、二樓每一個角落其實都會有一些他以前的東西存在，這樣子會不會很靈異阿！哈哈！

研：不會、不會、不會，哈哈！

研：那像這個呢？

經：這個是他以前的書櫃，對！只是因為木皮它…

經（老公）：不是，是樓梯上面的三角椅。

經：不是樓梯，是那一個，樓梯是那一個！

經（老公）：歐對！對不起。

經：這個是書櫃，樓梯是放書的那個。

經（老公）：好像他們以前放在樓梯下放鞋子的。

經：對！對！對！所以現在拿來放書，因為書太多，所以他剛好留下來的東西都很適合，像這個我在猜他應該是放一些畫紙之類的、畫具阿，畫紙畫具之類的東西，因為他以前的這些櫃子阿，都是他以前自己去訂做的，所以有一些東西看起來很奇怪，可能要去兼顧他以前畫作，作畫的時候的實用性，所以雖然說有一些已經爛掉，可是我們還是硬把它留下來。哈哈！像這個它都沒有皮了，但是看起來不會很糟糕，對，就是我們還是把它去掉而已，也沒有再去油漆還是怎樣，就是這樣子。

研：那來這邊的顧客年齡層大概都是？

經：其實蠻廣的耶，從高中也有然後到比較年長的老人也有，像一些長者也會，就是還蠻廣的，像有一些他有時候那個國畫家的學生也會回來。

研：真的歐

經：對！對！對！像前幾天就有一個他的學生回來，然後他就很感動、他就很開心的跟我說，歐！他以前在那裡做了什麼事、做了什麼事！

研：那個學生是嘉義人嗎？

經：我不清楚耶！因為他後來很興奮坐一下就走了，可能只是回來回憶之旅這樣子。

研：那那個學生大概幾歲？

經：大概四十歲以上有囉，對，因為那個國畫家的年幾也蠻大的了。

研：那就是這邊有整理之前的照片嗎

經：有，你想要的話可以傳給你。

研：恩！謝謝。

經：不會，哈哈，因為我蠻常做這種事的，你等一下可以留E-mail我傳給你，可是不多因為那時候整理的時候我可能比較注重所以沒有去拍很多的照片。

研：像那個燈光的選擇還是其他有特別的選擇嗎？

經：燈光的選擇，其實也還好耶！就是，哈哈，因為就是我之前因為我先生他也都是看我嘛，什麼都是看我，所以我都是憑感覺去選自己喜歡的燈具，然後燈還是以黃光為主，因為就是基本的家裡那種很溫暖的感覺，還是以黃光為主，然後其實我們沒有所謂的主燈源，就是我們都是用旁邊，不會說一盞就在上面照全部，我們都是用像桌燈、吊燈阿，然後壁燈下去呈現的感覺，就是因為我不想要有主燈在，所以那時候在設計的時候我們燈具都是這樣在做設計的，就是燈具的設定大概就是這樣，是以旁邊下去照亮！

研：所以燈具的選擇是主要可以呈現一個溫暖的感覺 還是有其他的嗎？

經：對！對！對！當然因為應該是我自己比較，我自己的喜好比較北歐日系的感覺，所以我在挑燈具的時候像我都會上網去訂購一些日本風味和北歐風味的，像也有一些是設計師商品 像那一個就是，然後這個的話它不能說是，它應比較有一點日系的感覺，可是因為它是大陸製的，哈哈，所以我也不知道怎麼介紹它，像鎢絲燈阿，鎢絲燈也是我們有一些角落會去用到的，然後還有一些工業風的，像以前，也不算是以前，像樓上的那一些就是以前人家不要拆掉的，然後我們去撿回來去裝的，樓上就是。

研：那你們有自己做的燈嗎？

經：自己做的歐，沒有耶！因為我們主要都把自己做的東西投入在木材、家具，還有就是桌子，然後還有裝潢，還有一些之前用的餐具，對！桌子是自己做的！

研究生：哇！好厲害。

經營者：它歐，二、四、六，它叫做八塊肌，哈哈，其實它這樣就是，因為它要這樣才會漂亮，那時候我們在設計這個的時候也有稍微想一下，可是我們這個有參考一個國外的作品，不過它那個太矮了，所以我們就自己重新設計過。

研：嗯！好有趣歐！哈哈。

經：對呀！它那個國外的，它好像是參考浮萍的概念，對，就像浮萍那個樣子，只是它那個作品好像比較小，就四塊而已，然後我們的是八塊，八塊肌，它也有七塊、六塊的，它的原作有四塊、六塊的，我們做的是八塊，然後還有裡面那個桌子也是，像裡面那個書牆阿 就是靠白色牆的那個那個是以前那個畫家他的書桌抽屜。

研：恩。我覺得那個很漂亮！

經：對，那個還蠻，因為那個都是檜木的，就是丟掉也很可惜，然後雖然他桌子已經爛掉了，但是抽屜還好好地所以我們就把抽屜留下來。

研：這隻狗狗叫什麼名子？

經：BOGI。

研：牠幾歲了？

經：牠已經快五歲了歐！

研：怎麼會養牠？

經：是本來就是我的狗，只是跟過來的，變成店狗，其實牠本來沒有要讓牠走紅的，後來大家來，很多人都是來找牠的。

研：牠很可愛！

經：可是牠很淡定，牠就是這副德性這樣子，別人再找牠，牠也都不會過去，就晃一晃都不理，BOGI！ BOGI！ BOGI！

研：超緩慢的耶！

經：恩，牠就是這樣，就是這樣的一隻狗。

研：那在色彩上你的選擇呢？

經：其實像你現在看到的店裡和一開始我們看到店裡有很大的不同，因為一開始我們在設計的時候是以先生的角度去做設計，因為他比較喜歡色彩一點的東西，所以一開始我們的用色 其實都會用一些比較大膽，像裡面的那個顏色，可是後來我還是會覺得說，因為以我自己的喜好我會希望說，全部都是以白色調的，然後其實到後來的這些角落阿，的物品擺設阿，還有油漆類的顏色，我們有慢慢換過，只是因為裡面的需要花比較多時間做油漆，那個還沒動，所以應該下個月會換顏色，所以色彩的部分，就是一開始是比較工業風色彩的，然後後來我想要稍微變成我喜歡的，哈哈，我心目中的家的樣子，因為一開始是他心目中的家的樣子，可是我想要變成是我心目中的家的樣子，因為我喜歡白色，所以會希望說全部的東西都是白色跟木頭就這樣就好，哈哈！只要白色跟木頭，哈哈，我希望就是很安靜的那種感覺，畢竟我們到一個空間看到的那些咖啡廳好了，它的顏色有很多、很多，其實你會很焦躁，我不知道你會不會，可是我會！我自己會有一種，我進入那個空間，就是因為我對設計很沒有概念，不過它的顏色用的比較豐富一點的話我會很焦躁，我會很沒辦法坐下來，可是我覺得就如果說你一個空間裡面它的顏色不超過三種就是，像我現在的就是大地色調，這大概就是我心中覺得可以讓人很安靜的感覺，那很安靜，就是像回到家，就覺得就是可以沉澱，所以我希望把店名呈現出來的感覺就是很安靜的感覺，只是一開始沒有，可是後來我們會發現日本人的客人來，還有客人跟我們說他會來是因為有一個日本人介紹他來的，他說在日本的雜誌看到日本介紹我們然後他才來的，可是我們不知道這件事，我覺得可能是因為我喜歡的東西比較日本，然後我店裡擺的書跟音樂其實都跟日本有關係，也是因為我們比較常去日本旅行，像日本咖啡廳他們也都是以這種感覺，就是以木質，然後很沉穩的色調，所以你進去就會覺得很放鬆，可是像有的台灣咖啡廳我就會覺得，蛤？為什麼我進去盡然有搖滾樂，哈哈，然後還有很拉丁的那種，不是說不好，就是好像與我心目中的理想咖啡廳就會相違，所以我是希望說在我自己的店裡面我所呈現出來的是 真的我想要呈現的樣子，而不是去迎合大眾的那種感覺，因為有些人會去迎合大眾，像我賣的東西也是阿，我就賣三明治而已，像一開店的時候客人也會建議說你幹嘛不要賣就是所謂的簡餐、火鍋？會希望說對我們空間很好沒錯，可是他們會希望說我賣一些更多元的 的餐食，可是我還是會覺得

說賣了就不是我想要的，不是我的咖啡廳了，所以我還是會堅持這樣子，因為我覺得你在這種老屋，在這種咖啡廳，在我們這種空間你吃火鍋像話嗎？你把自己搞得全身是火鍋味，然後都是煙，這樣子就沒有可以很沉靜的感覺，像我裡面的選書我也都會希望選比較生活、比較旅遊一點，因為我自己來說，我想要安靜的時候我就會看那些書，我絕對不會去看八卦雜誌阿，絕對不會去看報紙，這樣子沒辦法好好安靜，像火鍋其實也有人在說那些餐點對老屋都是一種傷害，像那些我覺得就木頭而言，你那些火鍋的那些煙，你一定會去影響到木頭的味道，然後我相信它的結構也會去影響到，因為你煙一直再往上飄，像尤其是樓上你就會看到它整個是檜木的結構，所以我那時候就在想說如果我真的賣了火鍋那我那些木頭怎麼辦，我顧慮到的是木頭，哈哈，我不是顧慮到可以賺多少錢，我是顧慮到我的那些木頭怎麼辦，雖然房子不是自己的，可是就是真的有使命感，真的要好好維護，就是直到轉交給下一個承租者的手上，我一定要把它維護到最佳的狀態這樣，老屋也會有一些白蟻的問題很嚴重，之前天花板還掉下來，哈哈，整個天花板掉下來，因為白蟻的問題，所以後來還是跟房東商討了一下之後還是決定，就是在我堅持下，哈哈，他還是有除蟲的動作，不然房東其實，因為房東不是那個國畫家，是另外的，就是他小孩轉手賣出去的，我們是跟那個新的房東去承租的，所以他可能比較不會去在意這一些，他可能只會在說從我口袋裡拿出多少錢。他可能比較不會去想到維護的問題，可是我覺得像這麼特別的一間房子，因為其實他的屋子真的很特別，因為我們看過那麼多間老屋，還是覺得我們的最漂亮，因為它真的是鋼筋水泥結構的歐，可是就是不知道為什麼，天花板是檜木的，哈哈，我們一開始不知道是後來就是我們要整修，然後因為天花板已經有因為長時間受潮，受潮之後有一些斑駁我們想說那好就拆下來，拆下來之後才發現它全部都是檜木的，趕快預算加了一下，哈哈，就是噴保護漆，所以後來才決定說就是以裸木的方式呈現，大概就是這樣。

研：那就是你們以前的家也是這樣子的嗎？

經：我們家也是老房子，我們家是平房，是木頭的，不是像這種鋼筋結構的，就是四面八方都是木頭的，那我們家是木條，牆壁是木條混石灰的，就是很傳統的以前的那種貧窮人家的那種，哈哈，我們家到現在還是那樣子，所以一直以來都會一直做維護，所以才會覺得對老房子特別有感情這樣子。

研：像那個踢腳板那麼高 我外婆家也是那樣子

經：對呀！就是很奇妙，而且像它那種磨石子因為那時候有像老屋鑑定團的他們有來過，他們都覺得說，他們都很想知道房東是誰，因為他們很想買這棟房子，像它地板埋的銅線阿，也埋的很漂亮，然後磨石子也磨得很漂亮，其實是因為歲月的關係還有氣溫的變化，它真的沒辦法，真的裂掉了，但是我覺得就民國五十一年到現在的房子，狀況可以是這樣子 我覺得已經算很好了，因為它是五十一年建成的，像它的樓梯我也覺得很漂亮，像我每天上、下樓梯就是摸那一條扶手，那個觸感真的很好。

研：台南好像也有一間那種蘑菇蘑菇，在孔廟那邊，也保存得很好，我覺得像這種房子的特性的樓梯都小小的，然後那個扶手都是一體的。

經：對呀，都是一起的，像現在都是分開的，有的是用鐵條、有的是用木，我覺得像這樣子的比較漂亮，我理想中樓梯就是這樣，所以一進來看到樓梯我就說租了！哈哈，都還沒上去，先看到樓梯就說租了，哈哈！

研：那你們這樣子租約是多久？

經：我們租五年，剩兩年半。

研：那還會續租嗎？

經：有可能會，可是對空間的運用，有可能會做改變，因為階段、階段不一樣，想要改變，因為每次旅行都會有不同的想法，那每次旅行完回來都會很興奮，都會想要把自己的店裡再改一下樣子，所以可能在下個階段，可能租約到期之後店裡會有一些變動，可是應該還是會繼續承租，畢竟就是房子很像是我們自己的，也不會想要說隨隨便便就放棄這樣子，會有感情存在。

研：像很多租老房子的他們都很怕五年到然後房東就不租給他們。

經：對，可能再做打算吧，如果真的這樣，很可惜阿，因為像一開始的修繕其實就是很大的問題，因為也是認識過幾個店家之後才知道說原來我們很幸運，其實我們沒有做到太多的維護，因為屋況本來就很好嘛，所以我們做的就是驅蟲，大概就是這樣而已，可是有一些的問題很嚴重，是整個架構就是一個問題了，像有些柱子整個被蟲啃，就被白蟻啃，那你這個問題就很大，你要怎麼去維護，然後要怎麼去保留它原本的味道，就很困難，我覺得還蠻困難的，然後像我們白蟻的問題存在的雖然算嚴重，可是還好牠吃掉的都不是屋子本身的架構，吃掉的都不是檜木的，都是裝潢的部分，我覺得超幸運的，如果吃掉是檜木的我應該會哭吧！哈哈，有一些是連那種檜木都吃掉，我就覺得，蛤！這樣子你們房子真的不是自己的，其實會整理得很無力，又加上房東不幫你們一起，因為最現實的就是資金，如果房東不出資金幫你們一起修繕的話其實自己會很辛苦又很無力，因為那種錢一次都是很大筆，一次可能都是十萬，除非你自己要很夠本，不然其實一般人在老屋資修繕其實很辛苦，我覺得當然很善良的人當然會把它用得很好，可是如果剛好老房子遇到一個破壞者那就很可憐了，如果剛好他是不懂得去維護老房子的人去使用那間老房子，那我覺得那間老房子可能原本壽命還有三十年遇到不好的進駐者的話，可能就會縮短到十年，所以我覺得房屋使用者的心態很重要，像我們後面也是阿，很多間老屋都被建商買走拆掉，其實他們裡面的屋況都比我們這邊還要好，非常可惜可是就沒辦法就是這樣，被建商買走，我們知道的時候都是「蝦咪！晚一步了！」

研：這樣子你們會想要開分店嗎？

經：不會耶，因為一開始我們是以一起生活，因為我們一開始是一個人在香港生活，一個人在台灣，所以一開始我們會想要有共同的事業，就是想要共同生活，可是既然共同生活想要追求更好的生活的話，你把你的事業搞到忙到沒

有辦法去兼顧生活的話，我覺得這樣子就失去初衷了，我覺得初衷很重要，所以像很多地方也要約我們去開分店像檜意生活村，可是我們還是婉拒了，因為我覺得開了之後我們就沒有辦法好好過生活，還是會覺得顧著這間就好了，這間做好就好了。

研：檜意生活村那邊好像也都蠻累的耶！

經：對呀！而且那裡租金應該也不便宜，用抽的，所以我覺得我知道那邊有咖啡廳進駐，我知道那邊蠻辛苦的，畢竟好像會看人多，但是真的會進去的其實沒有很多。

研：而且我去過幾次那裡，賣的東西很多都很像誠品在賣的。

經：對呀，我覺得可以更特別，好像沒有嘉義的那種，可是我覺得嘉義人就是很含蓄，就會不敢踏出那一步，即使他們的東西很好他們也會覺得「阿拍謝拉！不好意思！」像我們賣的那個蜂蜜，是幫我們隔壁鄰居賣的，是我自己問他說你要不要拿到我們店裡，我幫你賣，我一毛錢都沒賺，我還給他空間賣，就是因為他很含蓄，其實他們養蜂養了好幾年了，可是他們一直覺得自己不夠好不敢拿出來賣，而且他們也會顧慮到說因為是在山上，那市區的消費者能不能接受這樣的東西，我就跟他說你的東西是純蜜，很純的蜂蜜，你放著一定會有欣賞、一定會有伯樂的，所以我就覺得，就是這一點就可以看的出來，嘉義人很含蓄，不會像台南，像台南人就是一直去推廣他們自己的好，去宣揚他們的好，我覺得這樣也很好，可是嘉義人就是太害羞了，所以會變成說很多事都會扭扭捏捏的，其實自己很好也不敢去表現出來，嘉義很多小農都是這樣，我們家是住山上，像很多都是這樣啊，像咖啡、龍眼、龍眼蜜、龍眼乾，我覺得那個是很好的東西，可是他們不值得只該被放在山上，他們值得被推廣出來，所以覺得嘉義人的個性就是這樣，更何況嘉義政府也沒有很積極的去推廣這一塊，本來其實這一兩年有感受到說政府有開始在注意到文創藝文的這一部分，可是現在又變天了，不知道以後的走向會是怎樣。

研：像之前我有看過一個計畫是老屋修繕的。

經：對，我們是其中一間，可以申請補助，可是有點麻煩，企畫書那都是一定要的，當然的，可是他的補助像我們是文化經營類的，就是你可以提供空間給人家辦展覽什麼的，可是他的補助只有七月到十二月，不是整年的，像我們店家自己很忙我們還要去擬全新的企畫書然後明年再開始，我覺得那會消磨意志力跟耐心，像我明年就打算放棄了，因為那個很麻煩文化局又很遠，什麼東西沒有又要回來拿，改一改又跑去那太麻煩了，我覺得你要補助可以補助長一點一年的，補助半年我覺得太短了，這樣有心想要參與的店家會縮掉，就像我們一樣，已經在忙了還要在那邊搞那些，因為一開始我們想要放棄因為文化局一直很希望我們加入，所以我才想說好，就試試看，反正有補助，後來我才發現整個計畫是只有七月到十二月，像今年十二月我們交了成果表之後就沒了，就要等明年，可是明年有沒有他說不知道，就是要看預算，可能要看接下來的預算，如果沒有預算這件事可能就畫上句點，就是覺得這

樣子就沒了，那你一開始很積極地在推廣是什麼意思的，可是說實在這個預算也沒多少啊，對你們政府來說真的是冰山一角而已，可是其實可以加強一些想要推廣的店家的信心，所以我覺得時間可以拉長一點，但是他們的計劃就是這樣！

研：那有哪一些店家是有加入的？

經：巴美食堂，他很不錯，你可以去採訪他，他也是很舊的房子，比我們還舊的房子下去改的，他靠近噴水圓環那邊，48Home好像也有，玉山旅社也有，不知道Daisy有沒有耶，我也不太記得，我印象最深刻的就是巴美，我覺得巴美就是你去採訪可以採訪到很多東西，因為他是真的有歷史的，而且他們店家是真的把歷史呈現出來的，你去你就知道，因為他有賣東西，你可以去吃飯，就是順便看一下，我覺得這間就夠你採訪了，因為我不知道要怎麼講我的店家，所以我後來才會就是婉拒那些想要採訪的，因為講了也是這樣，就不知道怎麼講，你算很有禮貌的，像最近不是因為要學期末了就很多人要做採訪，尤其是高中生，還有那種大學，一進來就說我們要採訪你們耶，可以拍照嗎，然後我們就說沒有我們沒有給人採訪，然後他就說，蛤！可是我們都已經報告做一半就剩採訪你們而已耶，就是這種態度所以我們才不給採訪，可是我覺得你算很有禮貌的了，因為你已經問好幾次了，就是你們這種害怕帶給別人困擾的心態才是正確的，可是現在的年輕人就會覺得，拜託我要採訪你耶，怎麼可能還要跟你預約，現在很多年輕人想法就是這樣，所以就是很傷腦筋，我覺得很多店家現在不給採訪應該都是因為這樣，因為現在的年輕人太自傲，像一些高中生阿 上上禮拜的事，一開始就說，哀我們拍一下照歐，那可以採訪嗎？我們說不給採訪，十個人擠在吧檯看我們做東西，你不覺得很沒有禮貌嗎？我覺得如果你的口氣婉轉一點，或是有禮貌的問一下，或許我們還可以，可是你這樣一直盯著我們，我們會很不自在，我們吧檯定那麼高就是不想被看到，還墊腳在那邊看，很想說你到底想看什麼！現在很多年輕人不知道為什麼都是這樣，就是會打擊我們的信心，就是不敢亂請年輕人，我們都會問說你是八的嗎？八的不要歐，我們要七的！

研：我剛好八十耶！

經：哈哈，好啦八十可以，我們也有一個剛好八十的，像八五過後的都怕怕！

研：我之前有去過山門咖啡，你知道山門嗎？

經：我知道那很遠耶，在竹崎那裡。

研：我之前畢業設計就是做那裡，然後就有去採訪他們老闆跟老闆娘也去了好多次。

經：我覺得通常取決於你的態度，像現在年輕人缺乏的就是態度，我們服務業很難請人就是這樣，因為沒辦法持久，毅力恆心都不夠，所以我覺得會出來創業的人也是因為這樣，會覺得在別人的店太辛苦了，倒不如自己開店自己辛苦，至少是自己的。

研：那你剛經營這家店有很辛苦嗎？

經：非常到現在還是非常辛苦，你看我們晚上都沒客人，別人都說我們生意很好，NO，我們還是有很慘淡的時候，像最近很奇怪，只要天冷咖啡廳生意一定會不好，大家都去吃薑母鴨、羊肉爐，自己也會覺得天冷去咖啡廳幹嘛，下午還好，可能會去咖啡廳喝一杯熱的，可是用餐時間不太會想去咖啡廳，像我們這種只提供輕食的咖啡廳會更辛苦，因為第一嘉義以前是農業社會大家會想要吃飽，那這種型態的咖啡廳對他們來說是一種很新的東西，像三明治他們會覺得那是早餐要吃的東西，我為什麼要中午或是晚上吃三明治，但是我們有在其他地方生活過，就會覺得想吃就吃啊，哪管他什麼時候，但是對於嘉義人來說要跨出那用餐時間，撇開吃小吃不講，即使要上餐廳也會選一些真的會飽的東西，前提是那間咖啡廳要賣簡餐跟火鍋，所以我們一直到現在的營運狀況一直還沒有穩定，因為我太固執了，堅持要賣這樣，可是我覺得反正你堅持你自己的，一定會有人看見你的堅持，堅持住就是你的，沒有客人真的很辛苦很無聊，所以這也沒辦法。

研：像其他地方有很多會給人家開課借上課地場地的你們有嗎？

經：嘉義根本沒人問！你知道文化經營就是，我一直都覺得很不好意思，我拿人家補助拿了半年只辦過算是三個攝影展而已，像我朋友在北部，他說他們的展覽是不間斷的，可能這個月是這個，下個月的又已經約好了，可是嘉義沒有耶，我很希望人家來這邊上什麼隨便都可以，橡皮擦課、插花課都好，可是都沒有人來問，嘉義會比較辛苦就是這樣，有特色的店一直竄出，可是嘉義人的步伐還沒有辦法完全跟上，所以我的看法是這樣，感覺我們店家走太快了，然後他們跟不上，所以在前面的很孤單，然後大家就會開始觀望，之後就會變成模仿，像老屋欣力就辦了很多年了，他們也有找上我們，他們很積極，而且不只找台南的，是網羅全台灣，他們真的很不錯，他們是很貼心的，他們會自己覺得說，你們很不錯，可不可以放在們的老屋串聯裡面，那我們會很樂意，然後反而嘉義根本沒有啊，政府不趕快派一個，因為就像我說嘉義人比較含蓄，只想做好自己的事，可是台南就是會比較團結，像正興街那邊，他們光是一條街就可以串聯起來，那邊好像是眷村那種，可是嘉義的店家，真的不會覺得向心力很夠，真的很想把自己推出去的那種感覺沒有一個想帶頭出頭的，把大家帶起來的，如果真的有那很好啊，我覺得嘉義的老房子跟台南的老房子其實很不一樣，所以嘉義的也可做的很有特色，像一開始我會加入舊屋力也是想說看政府是不是真的有誠意想要做這些事，可是他們的人員真的是心有餘而力不從，像文化資產科，我是覺得真的很不錯，他們大家也都對店家也都很友善很積極，可是重點是政府經費不下來 他們想積極也沒辦法，他們想推也不能推，可是我覺得至少是好事，至少有起頭了，因為本來就會比較慢，因為對嘉義來說，可是因為嘉義這幾年很多咖啡廳再開，所以我覺得這真的很好，因為以前會想說，南部一日小旅行一定會去台南，因為店家多又方便，然後台南的那種感覺又很好，其實嘉義也可以，所以店家越多越好，至少有地方可以去，以前真的是雞肉飯、文化路，好沒

了！就這樣啊。

研：我朋友有在蘭潭、仁義潭那邊幫忙畫地圖，所以也許可以就你們幾個店家串聯起來畫一張地圖！

經：可是因為大家都很忙，如果有幾個人先做的話大家都會模仿好的事情，可是因為獨立經營的很多，真的很辛苦，像一開始你只賣一些咖啡、小餅乾、小蛋糕，根本沒有人會接受阿，大家會覺得我要吃那個去85°C就好了還很便宜，那是因為現在資訊發達，而且學生又多，年輕人比較能夠接受新的東西，再來是因為年輕人也一直回嘉義，我們的接受度會比較高 會接受他們的店賣的東西、特色，不是說只由餐飲去斷定一間店的好壞。我覺得女生比較勇於追求夢想，男生會比較被動一點，但是也不一定啦，咖啡廳真的越來越多了，一開始只有幾間，大家都認識，但是現在越開越多，很多真的都是從異地回嘉義開店的，我覺得這樣很不錯，至少是在自己的地方，我一開始會選在嘉義開店也是因為這樣，因為我太愛我爸媽了，我不想離開他們，想在他們附近所以一開始我還是會希望在嘉義，因為他從香港來他只要跟著我，反正他在那裡都無所謂，其實他從香港來，嘉義對他來講真的很慢，步調很慢，會差很多，其實一開始我本來也想留在台南就好，台南真的很好，可是到最後你會覺得追根究柢你根本不是那裡的人，你只是去那邊工作，你的根不再那邊，所以會想回到自己熟悉的地方。

研：那老闆的老公現在還有接香港的案子嗎？

經：沒有了。他現在已經把煮咖啡當成他的主業了，因為咖啡豆要自己烘，所以他也沒有太多的時間去管那些室內設計的東西，他會覺得最近閒閒有空才會去接一下這樣子。

研：那你們可以提供那時候設計的平面圖嗎？

經：我們只有手稿而已耶，因為就東西擺一擺而已，也沒有特別去設計什麼。我對建築真的沒有辦法，我只會出一張嘴，會有很多想法，可是沒辦法畫圖。其實我很喜歡布置空間，可是有時候自己很難去描述自己心裡所想要的感覺，所以還好有他很會畫畫。

研：那你們餐點大概多久換一次？

經：主餐大概兩個月吧！有時候不一定，要看靈感，有時候靈感來了大概一兩個星期就會換。可是我已經很久沒有去旅行了，我每次去旅行回來都會有很多靈感，所以每次去旅行回來換菜單的頻率會較高，可是現在就屬於停滯期，我可能會參考很多食譜，可是還是想不出來，還好我的客人還是很喜歡，會一直去吃一樣的東西，安慰我一下。

研：那你都去哪邊？

經：日本。我都去日本，我是近幾年才有去，因為之前都是有機會就跑香港，先生住香港，一年大概就兩三次出國機會而已，那有出國就是去香港。現在生活在一起了就是可以有更多選擇，想要踏遍日本的每一塊土地，像我媽她經營的餐廳因為她很喜歡歐洲，所以就會佈置得比較歐洲一點，那我喜歡日

本所以我佈置的感覺就會比較日本一點。

研：那有沒有想過嘉義的感覺是什麼？

經：嘉義乍聽之下兩個字就是會覺得落後，說實在的真的落後，三間百貨公司就搖搖欲墜，可是其實你抬頭看像中山路樓上的不是店家的部分，以前日據時代留下來的窗花阿跟木窗其實都很漂亮，所以嘉義真的是一個要花時間細細品味的地方，不是說你來停留一兩天就可以的，你來停留一兩天絕對不會愛上它，可是你停留一段時間，像我先生他已經來三年了，已經覺得自己徹底是嘉義人。真的你細細品味就會覺得嘉義真的是一個很棒的地方，因為嘉義也小小的，市區很集中，生活機能也都還不錯，就是因為沒有被過度開發，很多東西都有被保留下來，我自己也會很期許說這種保留可以被延長一點，其實很多建商都是外商，他們不是本地人，就是會來嘉義看一些比較可以開發的地方，像我們後面的收購老房子，就是他們買來以後就拆掉就蓋，其實我覺得很可惜老房子就這樣而已，其實你拆掉就沒有了，沒有人可以去延續，但是老房子保留下來可以一直延續，我覺得重要的不是創新是延續。有時候都會想，因為不知道五十年後我們的子孫看到我們的東西的那些看法是怎樣，我覺得很慶幸以前台灣是日本統治的，像以前日本的工藝阿，真的是很精緻，像那些斗櫃阿，就會覺得，天啊！他們怎麼可以做的那麼棒，而且都是用木頭做出來的。像現在買的那種鐵櫃阿，很鳥的那種大陸製的，那以後我的小孩我的子孫，他會想起以前我的祖父母是怎麼去使用它們的，因為其實我很多東西都是傳下來的，那以後這些東西都慢慢消失了，那以後的他們會接收到哪樣的東西，絕對不是那些塑料品吧，我不想他們接收那些塑料品，所以我現在會收集那些東西，真的是一種延續，我會希望說以後可以傳給我的小孩，不希望他們接手的是那些很商業化的傢俱，以前我的父母真的會跟我說，這些東西以前是放在哪裡的，是怎樣被使用的，以前有怎樣的回憶，然後會覺得我接收到這些東西後會怎樣去使用它，那以後我也會跟我的小孩說，以前這個櫃子我是用來裝什麼，是擺在以前爸爸、媽媽年輕的時候開的咖啡廳的角落，或許還有照片可以記錄下來，我覺得那才是最主要的，我覺得房子也是，當然回憶是無法被取代的，這種老屋對我們來說更有回憶，因為我以前也是住在老房子裡面長大的，雖然現在這間店不是自己的，但是至少我們是現階段的使用者，我們是真的有使命把它，把這整個故事拱手捧到，轉接給下一個使用者，我們也會希望下一個使用者，很有故事性的再轉交給下一個使用者，很希望這間房子不要被拆掉。

研：我第一次來這裡的時候菜單上只有兩樣餐點

經：對呀，但是其實常客就會有很無理的要求，有時候會叫我幫他們做炒飯、燴飯，其實我想要呈現的就是這樣的感覺，不只菜單上面的東西，只要我有食材，你們就當回家，但是絕對不能說不好吃，因為那是你們要求的，我覺得就是這樣，不要有那麼多的規則。

研：像我知道一家店，但是不是嘉義的，他自己是店主，會希望自己在店裡面，

這樣如果有常客來的話，如果他不在，那這間店給人的感覺會是陌生的。

經：是空洞的，像很多人來，我們會不太跟客人攀談，可是我們會知道那是哪個客人，會去寒暄一下，可是有時候我們去旅行回來的時候，店員就會說之前有哪個客人來，說很可惜老闆娘不在，我們自己也會覺得很不好意思。而且像以前我們很多嘉義大學的學生，他們都畢業了在職場工作，或是去日本工作，一回來嘉義也都會來找我們，所以如果我們剛好不在就會覺得很可惜。

研：這樣子我覺得咖啡廳很不錯耶，是個承載很多人回憶的地方

經：可以這樣說，而且我覺得是一種聯繫，不管是店主跟客人或是客人跟客人，甚至是我們的員工跟客人之間，像我有幾個好朋友也都是因為開了店才認識的，很多時候都是漸漸地你們的感情變得越來越深，因為真的不是只有店主跟顧客的關係，而是更上一階的關係了。所以我覺得很多要開咖啡廳的人也是因為這種人跟人之間很微妙的互動。像我們有很多員工是因為來這裡工作所以才想開咖啡廳的，我覺得這樣很好，因為這個環境會啟發你，讓你有夢想，想開咖啡廳。我們這邊也有一個是兼職的，他只上五、六、日的晚班，是來找回工作的感覺的，他是在建築事務所上班的，覺得很無聊，每天都在畫圖，他來就會覺得很開心，會找到工作的感覺。因為店裡想要呈現的就是這樣的感覺呀！而且咖啡廳和餐廳的感覺就是不一樣，雖然現在餐廳有慢慢的在轉變，越來越多附加的心靈層面的感覺，我們以後也想說如果去山裡賣咖啡說不定還真的會有人去，還是會把理想一直隨身攜帶，不管走到哪裡理想還是要隨身攜帶。像很多人一坐下來，拿的是美妝雜誌或是八卦雜誌，我就會覺得好空洞。

經：你是念什麼系的？

研：我是建築與景觀學系畢業之後念環境藝術研究所。

經：環境藝術，所以老屋是你挑的？

研：對，嘉義市的老屋咖啡廳。

經：對呀，所以我就想，因為我不是那個老屋風。

研：恩，像我有選那個芙甜，我有去訪問他，他也說他想要呈現的是一個法式的風格，因為他最主要賣的是那個甜點。

經：對，法式風格，那個老屋，他是沒有錯，因為它就是那個日式的木造去改的。

研：因為我之前也有打電話來這邊問過，你們是民國60年前的老屋。

經：對！對！對！對！可是它就是，在那個時候可能是在早期，經濟能力還不錯的，所以那個時期他們就把木造房子幹掉了，那蓋了現在這種水泥鋼筋，在當時來講可能是個欣欣現代化的住宅，所以它走到現在變成它是老的沒錯，在時間上來說它是老的，但是它卻沒有那個時期該有的建築特色，就木造、嘉義典型的那種木造老房子的紋理。

研：但是它也算是一個社會的變遷，那時候木造，日治時期到現在，這應該算是公寓還是那種連棟透天住宅，算是一種變遷。

經：對，對，它是連棟透天，它比較有趣的地方可能是在於，你看我們就有一個地下的防空洞，地下的防空避難室，那這個一定是一個時代的產物，現在蓋的房子哪有什麼防空，而且這個防空是必須提供給居民使用的歐，就是說它是列管的，你地方的派出所每一年都會來巡。

研：是歐，所以是每一棟都有還是只有你們這棟？

經：我在想這個你念建築比較了解，它可能在那個時期，早期的時候它有一個防空、避難、疏散的規定，這可能是法律規定，所以可能像地下室或是地下道這些東西，可能或是百貨商場之類的，當在遭遇空襲的時候，必須要有一個地方讓行人可以往那裡面躲，比較安全，那像我們這邊周邊都是住宅區的怎麼辦，它就變成說，那你們後來蓋的，在那個時候算是新蓋的房子，你們就要有那個地下室，所以大概是每幾戶就要有一個那個地下室，所以大家就往那裡躲，就算上面被炸得亂七八糟，他們還是可以躲在地下室，但是他們到底是幾戶或是多少人為單位，好像是二十人吧！就是它必須是一個可以躲二十人的地下室，所以派出所現在還是都會來巡，但是實際上他已經不太管你的功能，不然照道理講它必須一直是維持一個乾淨然後開放的狀態，因為可能隨時會用到，現在哪有，我們地下室現在被我改裝到，它現在，哈哈，大家現在幾乎都拿去用了啦，所以它的那個實質的作用已經沒有了，它這個地下室本來就是個時代的產物，防空、避難，再來就是可能它違建、加蓋，但是又就地合法的部分，像我們那個前面，板凳再往前，那邊有一個金屬的溝槽，那邊本來是一個門，再前面那邊地是斜的，所以我們的門下面那邊會

有一個門縫，那是騎樓，你看對面的也看得出來，它其實一樣，那邊也都是騎樓，然後後面廚房現在高起來，後面那個部分，高起來這個部分是加蓋，它本來應該是個防火巷，這個部分也是去加蓋的，那現在這樣是前後都加蓋，加蓋之後都，就是大家都有默契，大家都做一樣的事情，所以這種早期，現在可能已經不可以了吧，那早期可能是只要房子是你的，然後沒有什麼特殊規範的，都會把前面跟後面加蓋，它加蓋的概念是，它一樓加蓋出去對不對，然後二、三、四樓都蓋上去，不是只有說一樓加蓋凸出來，它是一條直直上來，所以我覺得這個東西不可能是房子蓋好後又加上去的，搞不好在蓋的時候就有這個計畫了，就增建的這個計畫，所以我只知道說前後、都是蓋出去的，然後有地下室，比較有趣，以房子的歷史來說大概是這樣，那格局就是會比較奇怪，像這種連棟最大的問題，就是採光都很差。

研：連棟的都是這樣，通風也不太好。

經：對，對，對，所以我覺得這種建築跟早期的老屋比起來，因為那個時候沒有那麼的文明，然後科技的東西也不會這麼普及，所以你在蓋房子的時候不會把，譬如說冷氣、除濕之類的東西把它算房子的標準配備，在早期啦，所以那個時候房子的設計他們必須考量到，就是就地在那個地方的採光、通風、防潮，甚至有的就是稍微架高，防那個老鼠蛇之類的，也就是說因為他們沒有科技的干擾，所以他們設計的房子是很宜居的，是可以跟環境互動的，甚至會種跟四季可以互動的樹，譬如說在夏天的時候，會長的比較茂盛，枝葉茂盛，所以它可擋住照進屋子裡的陽光，讓裡面不會那麼熱，那到冬天的時候它樹葉會掉光，光就可以直接照進來，就是那種人跟環境，然後房子的這種，以前他們在設計這種的部分會比較厲害，那現在蓋房子的這種就是依照某一種規範，會留一些孔洞的，像是冷氣孔或什麼電線，彷彿讓你覺得說，你要通風就是裝冷氣，你要亮就是裝燈，就是這樣子，所以蓋房子，變成說它對於一個地方，要怎麼蓋，怎麼設計才會跟這裡的環境產生互動的這個概念，好像就比較不好，而是著重在是講設計感嗎？設計一個好像很，使用一個特殊的建材、特殊的造型，但是忘了一個居住的本質，就是忘了人到底居住的舒不舒服這件事情，那當初我挑這邊開店其實跟它的屋子的年紀是沒有關係的，那個時候嘉義還沒有流行老屋風個這種東西，大家還沒有看到這一塊，2009的時候，那比較典型，做的比較不錯，那現在經營得也不錯的大概就是Daisy的那個雜貨店還有Bless、玉山旅社，我們差不多是2009那個時期的，那玉山旅社它就比較單純，是保留它原本的樣子，沒有太大的翻修，那Daisy跟Bless是把老屋的元素，譬如說老的木頭，或用過回收的地板或其他東西重新轉化詮釋成的，像是以前的門板拿來當吧檯，樑柱拆下來後當成書架，重新再詮釋，那我個人是比較喜歡這種做法，其實到現在老屋我會去欣賞它，可是我不會想要去找一個典型木造的老屋然後去當我咖啡店的賣點，所以那個時候我會找到這個地方是因為，雖然它的建築是有個年紀了，會漏水，因為它後面那個加蓋的部分跟主體黏著的地方，經過那麼多次地震以後

會有個縫，那你大雨一下後，它就會從那個縫開始含水，一直往下、一直往下，最後它會滴在一樓的後半段跟地下室，那個水就跑出來了，我們這邊還好，可能牆壁會有壁癌，嚴重的話就像前兩年那個，下到積水，外面那個馬路是下到積水，那種等級的話，就是它會滴，天花板會滴水，那水到底從哪裡來，其實它是在這個加蓋銜接的部分，後來有把它補好，那我會找到這邊不是因為它的老，而是因為它有一個很可愛的地下室，防空、避難的地下室，再來就是它的地點非常好，因為百貨公司就在那邊，所以其實我是選地點，但老屋在2009年的那個時候，你去找一個老的房子跟他說你要租的時候，屋主是很開心的，當然像我們這個歐，我們來租之前它已經空兩年了，因為它就是格局也不是很好，而且又漏水，採光各方面又不是很好，所以你跟他說你要租這個房子的時候，他會覺得說這種房子也有人要，那你跟他說你想要開咖啡店，可能需要一點翻修，他們會非常開心的跟你分攤那個裝修費用，「不然你看怎樣，我們沒有想法，我們也沒有要住，那小魚你要來開的話，看你的規劃怎麼弄，到時候維修費用，譬如說老舊電路抽掉全部換新的，老屋的電線都非常可怕，因為像我們這種都會用到高瓦數的，像烤箱、冰箱、烘豆機等，那種都必須要去換電線、處理防水的東西，看多少錢，我們再來分攤，或者從房租裡面攤提」，可能前半年不用錢這種，他是很開心，屋子有人幫他重新整理過，那看到他的屋子活起來那事實上，他們都是開心的，可是一直發展到現在，那個屋子破破在那邊，越破反而它租金越貴，日式的老房子，那地板都壞掉，然後你跟他說你要租，他就會知道說你要幹什麼，結果你反而去租那個房子的租金，跟你在外面租一個新的公寓或者什麼，你會發現說那個租金其實是差不多的，一兩萬的可能還是沒有修的，是可以跟你攤提你的維修費用，但是租金是沒有便宜給你的，因為大家都知道說老屋正在夯，從台南經驗，我們大概都跟在台南後面，我覺得大概落後了七、八年，就是台南正在談的東西，大概七、八年後會反映在這邊，大概是這樣，所以幾年前我就覺得說除非你是一個對老屋的結構跟美感，你是有的，就是你是真的欣賞老建築的工法跟木造這個紋理、材質你有想法，而且你可以把它的那個，就是你經營的東西是可以跟它共存的，可以把它談出來的，這樣我覺得老屋去找到這樣的住戶，就是它可以活下來，就是延長的年限，但如果它只是單純的被找出來，然後當成一種空間的風格，然後來經營餐飲或是商業，也就是說你弄一種北歐鄉村風、北歐極簡風、日式榻榻米風，還是什麼，那它只是一個台灣嘉義老屋風，它只是一個Stely，大家喜歡在裡面喝咖啡、吃飯，所以對你來講，它只是一個室內裝潢，只是說你不用花裝潢費，因為它就在那裡，你只是把它端過來，所以我可以很坦白地跟你講，其實我不太喜歡一些店家的作法，我個人是不太喜歡他們的室內，我覺得老屋其實是可憐的，它用很多工字鋼，你會發現說他根本就沒有善待它，所以當店家撤走以後那個老屋就會垮了，你看不到他們有在保護那個房子，這個部分你會發現說很多店都是這個樣子，我會覺得說它會變成一種浩劫，真正能談出

那個老屋美的，像延平街的好物我就覺得做得還不錯，Daisy、Bless然後那個屋子裡有甜點，那些都還不錯。現在比較頭痛的是弄了一個舊屋力，那代表說政府直接介入，要把老屋這件事情變成經濟掛帥，經濟，而不是文化，變成說鼓勵你們大家把嘉義的老屋找出來，然後去創業做生意，他其實在壓榨老屋最後的價值，而且把它從文化，從那個氛圍導向，把它導向到經濟消費，所以他鼓勵你，你用了老屋去創業，你可以跟他申請補助，我不知道你知不知道那個舊屋力。

研：我知道，我知道，它有分兩類，一個是修繕、一個是文化…

經：也就是說像我這樣子空出一面牆壁，讓大家辦展覽，你一個月就可以領五千，我叫我女兒自己畫就好啦，真的會有這樣子歐，再來可能會有三十萬以內的整個讓你維修這樣，所以它造就了一些老屋蟑螂就是這樣，所以在我看來目前嘉義談老屋的方法，未來是感到悲觀的，對！感到悲觀的，我必須跟你坦白講，我們還沒有辦法找到一個轉化的方法，老屋它那個時代的靈魂是什麼，譬如它的色調，你進入老屋裡面然後用這種愛迪生燈泡，然後它大部分是木造，因為它暖色系，加上它不是這一種硬，我們這還好，它不是水泥牆或壁紙那一類，很人造物的東西，它是木造或泥土，很自然的紋理，所以在這種情況下搭配那樣的燈光，加上你的傢俱挑的是一些回收回來的東西，它形成某一種場域，一個氛圍、場域，在那個場域你會感到比較放鬆，你比較緩和，所以在那種情況下你在裡面閱讀，或喝一杯咖啡，或用餐，對那一次的消費經驗來講，它有某一種無形的，沒有辦法用貨幣去論述的氛圍加值效果，是這個樣子，但是，現在就是變成說，當它這樣被大量的，其實你可以從部落客的文章中去嗅到一點端倪，就是說大家對於老屋開咖啡店、老屋開甜點店、老屋來做什麼、做文創這件事情，他們已經感到不耐煩了，多到不行，所以我們剛剛談的，老屋它之所以在裡面會讓你覺得feel good但那個元素是什麼，你必須把它抽出來，我覺得它的色調，我覺得它裡面充滿了大自然的紋理，每一塊木板，沒有任何一塊木板長的一樣，他都是樹木的指紋，那種紋理，再來就是那種東西它天然所散發出來的味道，它不是水泥味，或是那種磁磚的膠水味，就是那個木頭，乾燥的花草那種東西，再來就是那個歲月感，我覺得那個歲月感，這些東西我覺得它都是非常具有那種深度、厚度，你不必非得用藝術的角度去論述說它美不美，而是說它就是可以讓你感到安心，然後你懂不懂那些東西都無所謂，在那裡你就可以感到安心，自然的元素，你必須把那些元素抽出來之後，再想想說那當代的方式，假如這個老屋必定要因為都更或是什麼原因必定要被消滅的話，我在上面要重新出現一個新的建築，我如何可以繼承老屋的靈魂，繼承老屋的靈魂不是說我就留下它一面牆，然後四面都是RC水泥，結果跟人家講說「你看，這是當時的老屋！」我覺得那種東西太直接了，而且有點矯情，或者是留下一根樑，然後說那個式老屋留下來的，我覺得嘉義的文化有點比較可惜的是有時候你在談這些東西的時候你把它當成是在考古，你看老屋跟看恐龍的化石，你看到一面牆壁

跟梁柱，最近不是新開一間連鎖咖啡店，我不知道你有沒有發現，你有沒有進去過？你進去之後你會發現，你還沒進去門面大櫥窗就有一些老東西，像是老的腳踏車或是什麼，可是你整個建築形式是搭不起來的，可是你就故意在那邊放一台腳踏車，你想要展示什麼我也不太懂，那你進去之後它一樓的牆面是用老屋拆下來之後的那個木板當花紋去拼，那個經營者被採訪的時候就說，因為是在嘉義這個地方，嘉義市個很適合談老屋的地方，雖然我們是外國進來的連鎖咖啡店，但是我們想要繼承老屋的靈魂，所以他就用了老屋的那個木板做了那個牆面，這樣就是繼承老屋的靈魂嗎？你也太看輕老屋的靈魂這件事情了吧！你在消費老屋這件事情，所以嘉義到目前為止，我們還沒辦法找到，我們曾經在日治時期是被日本人算是很密集而且高度建築的都市，那個時候其實應該講小都市，台北、台南、嘉義這樣子，所以其實日本人留下很多關於建築的美感在嘉義，但是現在的這個「舊屋力」現在變成是用一種考古的方式，把那個東西想辦法保存下來，然後跟你講「你看，這個老照片，這個空間以前是印刷廠！」這個概念有點像是在講，嘉義變成了博物館一樣，這面牆是怎麼樣、這個地板是怎麼樣，可是在這個時候全世界，包含台南，他們正在尋找一個轉化過程，這個東西必定是要消失的，而且不是每個人都會對這個東西感到有趣的，因為這個故事你聽一次就會膩了，不會再去聽第二次，我要怎麼把這個元素抽出來後，在當代的建築、當代的設計、當代的美學裡面，把老屋的這個靈魂注入進去，可是它是一個新的東西，我剛好這個禮拜在台南有看到，把它拍下來，你可能看就知道了。

研：你說這個嗎？這個可能是它本來這邊有一間這樣的房子。

經：你馬上就知道它是什麼對不對！對啊，因為這個畫面我們竟然會看到就是，旁邊可能是新蓋的水泥房，然後旁邊有個，你就知道它的鄰居是間舊的房子，它被拆掉所以留下那個痕跡，所以這是一棟整個重新蓋起來的，新的，現在當代新的房子，可是在它的外牆做了一個這樣的符號，在我們現在新的建築，沒有人會把屋頂坐尖的，一般都是平的，有陽台加高什麼的，但是他們是尖的，這是一個新蓋的屋子，裡面還是空的，我只是路過，那我相信裡面應該也保留一些什麼符號，我覺得它是個符號，所以你看，它只是一個角度、一個線條，然後擺在一個對的位置，我們一看就知道它想講什麼，可是它整棟房子有在跟你講懷舊、講老屋、講什麼東西嗎？沒有！所以我覺得這個就是新的轉化，當台南他們開始意識到老屋欣力，經營到現在搞不好已經二十年了歐，他們一直再反醒就是說，台南的老屋試過度被消費的，所以它到底應該被轉化成什麼？我覺得他們開始做我想的那個東西，所以我開車經過停在那邊等紅燈，我看到的時候我其實非常感動，看到這個建築、看到這個符號，其實我是非常感動的，他們正在把老屋轉變成一個你熟悉的符號，你一看就知道那是什麼，只要你曾經在路上看到過那個東西，所以可能我們沒有去跟屋主聊過，我們不太知道知道說這兩條線對他的意義來講是什麼，搞不好不是旁邊被拆掉的房子，搞不好是他小時候的老家、古厝、祖厝，然

後後來因為太老舊，所以我們把他幹掉重建，可是我們透過這個方法，看過去的時候你就會看到我們的祖厝就是在那裡，就是這樣的符號，對這個家族來講，可能有著莫大的意義在，你說他是不是一個符號學，是不是一個比較屬於當代的東西，而且能跟這種東西對話的人，你的素質一定是比較高的，你不是那種，我相信十個人從這裡走過去，不見得每個人都可以發現符號的意義的，所以它這個符號不是在跟一般人對談說它是一個裝潢，譬如說在這邊做彩繪或藍晒圖，一般的老百姓都看得懂，這是一個藝術，給懂得人去看的，所以他們層級一直再往上拉，我覺得台南很棒的一點就是在勇於做出那種「我不怕你們現在看不懂，可是你們以後會懂」可是當你們的層級到那裡，懂得時候，我們台南已經到處都是了，然後你們才準備要跟，他們在做這樣的事情，那這個東西大概是我兩、三年前就開始覺得說，你必須幫嘉義「老」這件事情想一個轉化的方法，可能有一個團體，或是一個空間開始做這樣的事情，譬如說那個鐵窗花，我覺得那個符號就很棒，但是我們做的事情就是把它買下來，在二手市集把它買下來，然後把它放在店內，把掛起來，然後上面掛滿了手創的東西，那跟人家說這是鐵窗花，嘉義永遠都在做這種膚淺的東西，鐵窗花那個符號它可以變成什麼，那個符號你把它簡化，然後把它變成一個，可能是另外一種材質，我隨便亂舉例，那個咖啡的隔熱杯套，一樣是用瓦楞紙這樣的東西，你把它攤開以後一樣是鐵窗花的圖案，然後套在咖啡杯的外面，一樣能隔熱，你一看就知道它是鐵窗花，就像這個一樣，你一秒看到立刻知道那是什麼，因為那就是你生活的經驗，可是在這個當代我們把它變成咖啡外面的隔熱套，所以我出個十種鐵窗花，你可能會想要蒐集那個東西，它可能是個文創商品，它也是一個對於老屋元素的一個記憶，可是在當代這裡，它變成咖啡的隔熱套，這種重新的轉述、論述，嘉義現在還沒有具備這個能力，是可惜的，所以他們還是在講懷舊，裡面沒有創意可言，把國小不要的木桌、椅買下來，然後搬到店裡面給人家吃飯，就說那是創意，創在哪？我看不出來，你們只是在消費那個東西，我就從一條街的一棟房子的一面牆上看到台南正在轉變，等我們意識到、從他們身上看到他們正在做什麼的時候，台南又已經做完了，所以我們永遠都在追人家，所以我覺得這是非常可惜的部分，很多抱怨，哈哈，沒辦法。

研：像我們去玉山旅社訪談的時候他也說是不是該退出的時候了。

經：是老闆嗎？

研：對。

經：他其實也是嘉義炒作老房的推手之一，真的，但是我覺得比較可惜的是說，老闆他是一個文史工作者，所以他會很努力去搶救老屋，可是搶救下來後他沒有想法，搶救下來後你要幹嘛？他就擺在那邊嗎？他在挑戰民眾，玉山旅社算是早期比較少的，所以有被談出來，而且又在北門對面，可是你看之後的都零零落落的，因為已經氾濫了，然後又沒有新鮮感，怎麼看都覺得差不多，店開了一堆，DNA都是一樣的，所以如果你裡面賣的東西又了無新意的

話，所以很快就挑戰到整個社會的不耐煩，所以其實老屋欣力已經開始反醒了，我們這邊還在舊屋力，然後弄那種東西所以我們嘉義在談老屋這塊的壽命會非常的短，因為很多遊客在外地都看完了，所以當他們到嘉義的時候就會覺得沒什麼了不起的，我覺得嘉義必須要針對老屋這個東西去轉化老屋的精神，然後再用一個當代的素材、空間，把當代的東西加進來，但是在裡面你會非常清楚直覺一眼辨識到老屋跟我們記憶的東西，像我們剛才講的，那兩條線，它就住在那裡，看了就很感動，然後我剛才講的鐵窗花那個，轉化這些東西，所以如果今天再來讓我弄一間咖啡廳，我會跟他講，因為是在嘉義，那我們來講老屋這件事，那我要做的其實不會是一個「老空間」，我一定會花很長一段時間分析老屋元素跟老屋空間，再來會跟當代、現在的設計師、不同領域的人來看這些可以轉化成什麼，所以你會一個當代、現代的空間裡面，得到很多新的刺激，但是你可以看到很多老的元素就在那裡，但是整家店裡面你不會看到所謂的「歲月」、「懷舊」，就是嘉義的當代，包刮嘉義的當代，繼承早期嘉義的一些精神跟美感，是嘉義必須從當代找到現在的嘉義應該是什麼，你會發現嘉義最大的問題就是我們沒有人知道嘉義未來要做什麼，我們嘉義的未來絕對不會是秀泰那種超級大螢幕影城，也不會是陸客很多可是素質很差的檜意生活村，這個都不是我們嘉義的未來，可是我們嘉義的未來是什麼，你會發現談不出來，沒有人在談嘉義的當代，所以我們才會去做Something這個刊物，嘉義缺少太多人在談當代，而這個當代是可以繼往開來的，就是說它可以回頭看，把以前好的東西都一併拉過來，而當代這裡再重新產生一個論述，然後它很有可能就是嘉義的未來，這個當代跟未來這個部分，嘉義很少人在談，他們都一直在看過去的東西，終究會被談完，因為老屋會死，然後這種膚淺的消費會膩，所以你看之前的KANO，其實只是一部電影，突然被一直講一直講，因為現在嘉義沒有梗，所以才一直找，一直談那個東西，但它其實是一部電影，所以嘉義現在有多空泛，嘉義現在處在一個真空、不安，我們不知道自己的品味是什麼、不知道自己的未來是什麼，所以趕快瞻望左右別人在幹嘛，趕快學，突然有人來嘉義寫了一本小說或一部電影，突然，哇！趕快消費，一直消費到有新的梗出來的時候，就趕快銜接過去，不然我們那個真空時期太寂寞，太難以忍受了，你嘉義人嗎？

研：恩，對！

經：所以，不是退不退的問題，如果為了老屋這麼久了，你更應該為老屋說話，但是不是單純的保存，但也絕對不會是像官方那種經濟導向的再利用或再開發，他們都只對了一個部分，不是錯，老屋之於當代是什麼，老屋的價值沒有被談出來，咦？其實我們好像都講到了耶！

研：玉山旅社和二通比較不同的地方，是玉山旅社本來就是一個旅社，可是二通本來是塑膠行，那時候在訪談時，玉山旅社應該要繼承那個傳統或是使用功能，所以它有旅社，有旅社的功能，但是二通沒有，然後我問玉山的老闆，

老闆說三通不是他經營的了！

經：什麼時候？因為我記得一開始是給別人經營，但是之後有收回來。所以其實很簡單，你把它保留下來了，那房子不是他的，一定有個屋主，你要跟他承租，那承租要錢，水、電開銷也都要錢，所以這個老屋必須想辦法自己在資本主義裡面活下去，那最簡單的方式就是不用人在那邊顧，背包旅社其實是一個很好的選擇，就是有小幫手，然後你們要睡覺就給錢這樣，那其實飯店、旅社有很多的規範，有一定的法律規定它們要蓋成什麼樣子，那最近很多嘉義的背包客棧都被列管。所以你看我們剛剛講的，你把老屋保留下來以後你要幹嘛是個重點，如果你沒有想法，可是它又必須平衡它的開銷的時候，就會變成是用一種很廉價、很粗糙的方式去談它，那它就只是晾在那邊這樣，有誰真的去關心老屋，去享受老屋，又或者是我們到底是在享受老屋的什麼，像我們剛剛講的，你有沒有辦法去分析那個大自然的色調、紋理、味道，然後那個歲月堆積起來的歲月感，你在裡面它可以帶給你怎麼樣情緒的轉化，也就是把這種東西用比較客觀的方式分析出來之後，你才有辦法去繼承它，而不是單純的去考古，變成文化流氓，為了保留而保留但是保留下來要幹嘛講不出來，因為這對老屋來講是種災難，像很多老屋空間都沒有想法，用很粗糙的工字鋼把老房子架在那裡，消費它，所以當他們不做了，工字鋼拆掉，房子就垮了，它有因為那些店家進駐受到照顧嗎？沒有！還是在消費老房子，我還是要重複，到目前為止就當代來說，我只有在像Bless、Daisy那邊有看到一些關於老屋的元素，在當代一些新的論述與想法，我隨便舉個例子，Bless的轉化，把老屋拆下來的木條，重新整理完，重新拼貼成地板，所以你地板看過去就是有各種不同的材質、顏色，然後拼貼起來的，他光是這一招，在嘉義被模仿到不知道多少，就是舊的木板拼貼的這個，最近的一個例子就是新開的背包客棧，它櫃台後面的牆壁就是用這個手法，然後你留意到這個做法的時候，你就會看到很多小店、連很多大財團他們都在學這個東西，那我最早看到是在那邊，所以我才說這是一種刺激，當有一個人從老屋的身上找到一種新的元素，我把它抽離出來，轉化成為一種新的東西，他就刺激這個城市了，讓看到的人得到新的靈感，然後再把這個東西拿去轉成他們的東西，那後面的人就成為追隨者，那追隨者氾濫的時候，就是說你把他端去，你沒有多加一點自己的想法只是單純的copy的話，那這個東西很快就會挑戰到消費這或是城市居民的不耐，那這個東西就會死了，其實它一開始的發想是原創的，可是這個東西後來就會被談到死掉，當它死掉的時候，你再用這個梗，大家就會一起死，但是這個動作，就是在刺激這個城市對老的東西有些新的想法，這個是好的，只是後來的追隨者太差了，只是一味地模仿而沒有想其他的東西，像這樣是一個例子，所以現在嘉義缺少比較明確對於轉化的團體或是幾家店，我們就是要繼承老屋精神，但是我們就是不要談老屋，那我就用我的店或是我的作品轉化一些東西給你們看，所以當這樣的東西出來以後，在嘉義很快地就會，可能在三、五年內它就會變成

另一個樣子，因為有人開始提出刺激，有人開始對於這個真空、呆滯的思維層次開始提出一些新的創意，我不怕你們模仿，我就做一些東西讓你們模仿，你們在模仿的時候我就開始做一些新的東西，一直刺激你們，因為嘉義這個城市不大，一個腹地不大但是密度很高的地方，這個訊息在流動的速度是很快，你今天買一個杯子很漂亮，搞不好你一個月之後很多小店都出現這個杯子，因為大家拍照，然後大家東跑西跑，互相串門子，所以資訊流通的密度是一下就散開了，然後大家一下子都會具備這個能耐，這是好事，它就比較像是生命週期比較短得細菌，當其中有一隻有抗藥性活下來，那其它很快地就會都有抗藥性，所以當有一個空間首先進化了，很快它的優點會被其他小店或是其他人看到，可能他們開始複製或做其他東西，所以那個時候2009年嘉義還沒有小店風潮，不要講老屋，其實小店風潮幾乎沒有，國王蝴蝶、咖啡店33號、玉山旅社、Bless、Daisy開始做第一波這個事情，可是我們五家店的風格又都不一樣，所以你就看第二年大家還在觀望，因為很多人都說在嘉義這種店會倒，所以前一年你們是寂寞的，可是到了第二年大家會覺得奇怪，你們怎麼活下來了，而且我們本地人去消費都覺得有點貴，這個咖啡150元，我們手上的一杯才40元，可是為什麼外地來的每一個人都說要去你們店，而不來我們的，我們一杯才40元，台中來的、台北來的、蘭嶼來的、綠島來的、馬來西亞來的，都說請問國王蝴蝶在哪裡，於是他們開始研究國王蝴蝶，等他們研究出一個端倪以後，第三年、第四年開始，你看嘉義小店超爆炸的，可是我們還是在這裡，我們並沒有被取代，你就會發現這個就是嘉義的週期，你開始做一個刺激的時候，大家都會觀望，然後會被外地人先看到，就像是我們剛剛說的台南的那一條線，居然會被一個嘉義人在停車等紅燈的時候看到覺得感動，我相信屋主當初是始料未及的，它這個東西會不會刺激到我回來嘉義以後有些新的想法，會，對呀，你看這個思想的傳遞是多麼的微妙，所以當有人開始做這樣的東西，他必須經過至少一年把自己活下來，經營的好，在用你的知名度，可能開始會有一些雜誌、部落客開始報導這個與眾不同的地方，你的知名度開始出來了，你活下來了，你開始有利潤，開始賺到錢，三、四、五後面這三年，你就會看到你的想法開始像病毒一樣跑出來，現在的人是很單純的，以前早期會試著去跟政府溝通，你應該要怎麼做，不應該要怎麼做，老屋不要把它當成是經濟推動的一種方向，那老屋很快就會死掉，後來我們就不再跟政府對話了，我們開始做思想改造，所以我們去做了Something這份刊物，這是我們自己發行的獨立報紙，它其實在講思想改造這個東西，偷偷的在腦袋裡面埋進去一些東西，試著在兩年後、三年後、四年後看到不一樣的嘉義開始誕生，就是我們會花比較大的耐心去改變嘉義的現況，那你直接去跟他們衝突是沒有用的，因為我們剛剛講的某些老屋再利用的商店，他們可能喜歡老屋，他們覺得老屋美，但是他們對喜歡老屋所採取的行為是把它們租下來，然後改造去賣火鍋開始去消費它，那後面這個部份我就比較不認同，因為他們開始一間、一間的開，最

後在背後只是當個老闆，所以只是在賺錢而已，所以像剛剛講的，你在裡面用了一個中央廚房，在那邊賣火鍋，其實對老屋而言是個傷害，所以等租約到了，火鍋店走了，老屋也毀了，搞不好再進去的人沒辦法恢復那個東西，因為那個木頭、地板，已經吸附了那個味道，原本的東西已經被你弄掉了，你說你愛老屋，我不相信，我想你是愛老屋給你帶來的錢，我講話比較直接，不好意思，你要知道國王蝴蝶的老闆就是比較…因為我是住在嘉義，為嘉義好必須要直言，明明大家都知道卻大家都悶在那邊不講，明明一群人都是在消費老屋結果卻彼此看彼此不爽，那你在外面就會覺得其實你們都不對呀！所以如果有個統籌的話，我覺得應該不是把老屋找出來活化，而是把老屋找出來去分析老屋之於嘉義的關係是什麼，把那個精神跟元素解構出來，然後在一個新的，後嘉義時期的這個當代，把它找到這個當代的東西，這是我的想法，是你要嗎？我不確定。

研：就談談你對老屋的想法也沒有關係。像那個Come Home我去訪談的時候他就說他本來是個國畫家的故居，但是我覺得他真的有營造出那個家的氛圍，雖然他沒有用一些很舊的什麼，他也有說他用一個舊的書櫃，他就會說像他媽媽就和她說，你小時候就是在這個書櫃做了什麼事，這是一個記憶的連結，所以他也會覺得說，如果他保留了這些東西給下一代的時候，他也會跟他們講這一個故事，也是一個精神的傳承，他不只是把那個軀殼保留下來。

經：這個Come Home和我們剛剛講的那些系列比較不一樣，他比較屬於北部人的那種小日子，然後小清新，帶一點日式的淡淡的那種味道，他們談的是一種生活裡面的微幸福或是小確幸的那種東西，所以像那種空間氛圍來講，一般都是由女性來主導，住在那個裡面，然後弄乾燥花，佈置那個空間，基本上它是一種美感，活在雜誌裡面的，他比較像台北社區會出現的店，就是每間都很像雜誌，然後走出來的樣子，我不會講耶，就是那種理想生活，我覺得這都沒有問題，都是OK的，但是我比較期待的是新的東西「當代」，因為畢竟這種東西他還是在回頭看，只是說他談老或懷舊這個東西沒有那麼徹底，已經到文化層面，沒有，他在談的是比較屬於個人記憶的家，一種美感這樣的東西，但是他還是在一個，我剛剛講的，以現在「當代」來說，回頭看的東西，我個人是屬於探險者，不然真的是不會在一個嘉義沒有小店的時候從台北回來巷子裡面開了一間古怪的店，所以我們其實一直在想說，嘉義沒有這種地方嘛，所以我來做看看，來給嘉義一點刺激，但是這個刺激有點太大了，我們第二年就被文化局拍紀錄片，我們現在有一支我開店的紀錄片在文化局裡面，那一年在嘉義的高中都有播放，那你經過文化局前面的那個大看板，它就在放這支影片，然後這支紀錄片發表的時候，還上全國版一半的版面，就是嘉義首推以居民為主而不是以藝術家或是一個厲害的人，可是一個城市卻撥款，有一個紀錄片的計畫是紀錄這個城市的居民，一個人他做了什麼樣子的事情這樣子，所以嘉義的紀錄片第一支是拍我，然後還有另外一個吹管樂的計程車司機這樣，所以它變成一個話題，所以嘉義的第一屆藝

術家影展，準備要開始，嘉義的參展作品就是我們這支紀錄片，也就是說你在做這件事情的第二年，突然被一個城市當成是一個貴賓級的人對待，怎麼會有人跑來嘉義做這樣的事情，他在想什麼，那個時候我的店還是虧本的歐，可是你開始做這些事情他們覺得太有趣了，會開始問「你為什麼要回來？」「我為什麼不回來？」，像這樣的東西在台北已經很多了，台南已經很多了，那為什麼我不回來？對我來講這就是單純到不行的答案，所以開始做一個思想，所以我們在跟人家談的不是藝文，也不是懷舊，也不是老屋，其實我們店在談得比較像是知識分子這件事情，思考、知識分子，然後做很多實驗，我們也是嘉義第一間只賣手沖的咖啡店，從開始到現在，我們只賣手沖黑咖啡，這有點找死你知道嗎？當主流都還是拿鐵、卡布的時候，你居然在那個明智未開的時候開了一間只賣手沖黑咖啡的咖啡店，你說這不是實驗是什麼？可是你看我們做對了，在幾年後現在大家喝手沖咖啡是主流，你弄了那麼多機器在那邊，就是大家開始講回歸於原味，追求於原味，就反而一杯只有水的單品，比一杯你還要在那邊拉花、牛奶的咖啡還要具有價值，黃明川導演也是嘉義電影節藝術影展的藝術總監，他回來的時候都會來這邊喝咖啡，我們都會聊，他對於我們在刺激嘉義這件事情感到異常的興奮，他覺得太好了，我們要持續這樣做下去，那黃明川導演他其實有一段訪談一直影響我很深「當這個城市還沒有成熟到可以接受你發問的時候，你直接就把答案講出來，這個城市當然搞不懂你，所以你必然會感到孤單，然後你在繼續做你的事情，你再繼續講，等到有一天大家的素質到那裡的時候，他們聽得懂你講的時候，這個時候你已經在那裡變成主流了，你已經是無可取代的主角了」，所以他認為有些事情必然，必須把時間這個東西當成是一種因素，就好像你想吃西瓜，於是你種了一顆西瓜，你不能不考慮時間，不然西瓜不會出來，現在不是說我喜歡吃西瓜然後我去種，我明天就要吃到西瓜，所以人在做事情有時候就是這樣子，你在做這些事情，時間是一個必然，就像煮飯，你想吃飽，你捏好了饅頭的麵團，你放進去蒸籠裡面蒸，接下來的就是時間，時間是你這個麵團變成包子的必然的元素，跟那個火、跟麵粉一樣是成份的一種，那你今天在開這間小店，談任何東西，你必須把時間當成你一種必然的元素，所以你不要急，你一個月、兩個月沒有生意、客人，因為這個時候飯菜正在煮，等到一年後，大家看到你有些成績出來了，報導出來了，咖啡也好喝的時候，這桌飯就熟了，湯好了、菜好了，這時候放菜香飄出來，大家就圍過來了，所以這個時候你必須給社會一點時間，然後對自己要有點耐心，時間是你前往那個成功必然要的因素，你一定會孤單，也一定會懷疑自己，但是「必然」，它是個必然，所以我們在談的就是那一個「當代」跟前面都沒有人在談的那個東西，所以當我們談出那個東西的時候，嘉義人還在回頭望，我們經營到現在六年了，過去的經驗告訴我們，終究整個主流跟風向會朝我們這邊過來，只是還要幾年，那我覺得，我現在的預測是接下來必定是遇到一個大家對老屋感到不耐，而在尋找一個轉化的轉類點，誰先談

出來，接下來的三年內，他必定是一個話題，也會是個leader，然後五年內會因為他的成功嘉義會開始有一個新的面貌會被談出來，可是台南已經開始了，所以我們大概還是落後他們七、八年，這是我的看法。

研：那你原本是在台北做什麼工作？

經：是貿易公司，跟這些都沒有關係，它是一間女裝，服裝的貿易公司。

研：那老闆是本來就會煮咖啡嗎？

經：我開店的時候不會煮咖啡，我不是因為我會咖啡我才開咖啡店，而是因為我覺得嘉義少了一個，你會沒有一個空間讓人家在裡面思考，我那時候常常帶了一些東西想找一些地方坐，在台北來講，可能到公館或台大附近就有很多那種文青咖啡店，你在裡面就會看到一些獨立刊物或獨立什麼東西，在那邊接受刺激，然後有一些想法這樣，我不是去那裡完成結果，而是去那裡尋求靈感，我在嘉義居然找不到這樣的地方，後來我就有點不爽，就跟我媽說我不出去工作了，我要在嘉義開一個可以刺激這個城市思考的咖啡店，我媽都覺得我瘋了，那因為你開咖啡店，我們剛剛講的，這個空間必須跟資本主義社會共存，這個空間必須把自己養下來，我們房子是租的呀，然後買這些東西都要錢，然後眼睛一張開，水、電費都要錢，所以我想做那個實驗與刺激和金錢無關，但是我必須要有這個東西才能支持我的運作，那咖啡店就是咖啡，所以我從開店後才開始認真的研究咖啡，一直到現在，畢竟你一個東西摸了四、五、六年，一定會有成果出來，所以我們現在咖啡的技術，我可以跟你說這是專業技能，就像我們去到京都、東京，我們會特別看著指南去一間當地有名的咖啡店，我發現有一些外地客尤其是現在香港、日本、馬來西亞、新加坡、中國，他們自助旅行來到嘉義的時候，會跑來我們這裡喝咖啡，我開始覺得我們店變成我們會去看京都120間以內的那種指南，我們離開自己國家到陌生國度城鎮去的時候，會去尋找的咖啡店，也就是說外地、外國人來到嘉義會尋找的咖啡店，這個部份是我們對咖啡的努力，那我剛剛講的，這個國王蝴蝶一直在對這個城市、一直在對這個事情提出想法，包含剛剛我們對老屋的一切，其實是批判跟看法，因為我們覺得國王蝴蝶一開始就是為了這個東西存在的，我認為小店的生存，不是因為你的生存能力很強，而是因為這個環境很好，所以嘉義這種地方，你的小店要生存，就是嘉義要好，嘉義好的時候你就會發現，你不需要去做太多的行銷、宣傳、講太多的故事，人自然就會來，而且小店和小店之間不會有什麼競爭、閒言閒語，因為我們都在享受這個大環境的美好果實，所以你在一個小地方做生意的時候，你一定要撥一點時間出來去觀望環境現在是怎麼樣，所以當開始鬼扯、開始做一些奇怪的事情、把它弄壞的時候，你就要跳出來捍衛那個東西，就像是在魚缸裡面，你發現有一些魚開始拉屎，直接拉在水裡面，你就會覺得，你在幹什麼？這個水是大家共享的，你怎麼在裡面亂來，怎麼可以這樣子，所以當一個魚缸正常，裡面的魚都會健康，大概是像這樣，所以身為一個居民，你一定要花一點時間去看看你的市長在幹嘛、其他人在幹嘛，當他不對，

也許這個不對只是在圖利自己，但是它可能會造成嘉義整個大環境往某個壞的地方走的時候，你就要出來講話，不可以鄉愿，不然最後就是害到你自己而已。

研：所以這樣子老闆想要營造的空間是一個讓來這裡的人可以尋找他想要尋找的靈感、思考。

經：是思考，所以來我們店的大概會有三種人，一個是來喝咖啡的，老闆你們這些我都沒興趣，聽說你們咖啡很好喝！有，很多，這是一個，第二個就是來這裡放空的，死都不喝咖啡，就是來喝奶茶的，可是他就喜歡待在這邊看書、發呆、寫寫東西，他覺得我們這裡可以提供給他一個場域，屬於這個場域特有的氛圍，他不是你想要營造就可以營造出來的，而且它一定是從細部堆疊起來的，是老闆跟空間跟客人三角一起搭建起來的一種場域的感受，所以當裡面坐滿了人，大家都感受到這個場域，而且頻率一致的時候，坐滿了人，可是那個氣氛、氛圍還是很緩和的，還是可以思考的，裡面只要有一個是白目的光觀客在那邊吵、自拍，把那個場域破壞掉，其他人就會一致性的把那個磁場轉向他，他就會感受到不自在，自己就會跑出去了，另外一種就是單純的光觀客，聽說有一間國王蝴蝶，聽說有很有名，我在雜誌上有看到，所以他來只是來看看國王蝴蝶是什麼，所以點什麼東西不是重點，他們在門口拍照、打卡，甚至有些在門口拍完照就跑了，把我們當觀光景點，所以前面兩種都是我們要的，第三種是能找來則少來，那我剛剛講的，一個環境好你們其實店就會好的意思，太保那邊南故宮開始試營運，開始營運之後我們這邊的生意開始變好了，很簡單，因為太保朴子那邊沒有準備好去迎接南故宮的人，所以你逛了南故宮之後你想要喝杯咖啡或逛了一個什麼東西，那邊沒有，空的，也就是它周邊的環境沒有準備好服務這些人，那下一步他們會去哪，去嘉義市找杯咖啡喝、找個地方吃飯、找個小店逛逛，因為我們在嘉義有代表性，所以南故宮開始營運後我們這邊變好了，這就是一個例子，所以那時候我們希望南故宮盡量可以快點營運，但是不要朝向觀光的部分，你還是必須把它的質感內容談出來，所以當越來越多人往南故宮去的時候，嘉義這邊一定會因為太保朴子那邊還沒準備好而受惠，所以這個就是環境。我個人是覺得在這個年代，尤其是台灣這麼小的地方，什麼東西都跟政治扯上關係，因為政治影響整個大環境的樣子，你真的不能不了解政治在幹嘛，因為這影響著你的呼吸，你喝的水、你的口袋裡面的錢、你未來可能的生活方式，這些都是政治在影響你，那如果你想要一個理想的生活方式，你不能把自己關起來躲在那邊想說我們不管外面怎麼樣，我們自己就好，這怎麼可能，所以我會跟很多小店晚輩講說，你們不要花太多時間在自己的粉絲頁上面講故事，沒有人會去聽那個，「這杯水很厲害，這是我們花了兩天到三天去山上找到一個阿伯，那個阿伯有一個自己鑿的井，那個水很甘甜，為了大家我們特別把那個水扛下來呈現在這裡！」、「我跟你講這個很厲害，這是民雄一個阿嬤…」我亂掰的，現在講這個已經沒有用了，早期可能會有用，需要一

些包裝，但是現在大家已經聽膩了，大家要的已經不是這種東西的，所以別再躲在粉絲頁講這些東西，大家一起把大環境照顧好，嘉義的未來是什麼，大家一起把它談出來，就像大家都湧到台南去一樣，你就算沒有粉絲頁，第一個來發現你店家喝咖啡的，就會拍照、打卡，把你這間店放進去，他有四百個好朋友，比你寫四百篇PO文來的更有力，然後他的朋友被他的照片說服了，然後他對你的評價是好的，這個人出去以後，四百個好朋友不要講說四個人來就好，就是這樣子，一家小店活下去就是靠口碑，他們來到這裡喜歡，所以你看我們沒什麼在經營粉絲頁，我們從來不賣廣告、不需要行銷，我們根本也沒空做行銷，客人還是不停的來，雜誌也是不停地來採訪，你的知名度不是被你自己講出來的，他一定是被你的客人講出來的，大環境好，客人沒有對你的東西失望，那行銷這塊的成本就是零，你不用做，也不用花心思在研究那個東西，而是把心思花在研究你的咖啡、研究其他專業上，你又多了一些時間讓你的東西更好，所以我還是要強調，嘉義這樣的小地方，環境好，裡面的各行各業都好，所以只要有不對的東西，譬如說我覺得現在談老屋的方式是錯的，利益導向跟純粹的文化導向，對老屋的未來來說，都是沒有未來的，純粹的文化導向就是把它保留下來可是我看不到它有什麼功用，久了大家就不耐煩了，「沒用就把它拆一拆！」一定會出現這種聲音，然後再來就是純粹的商業化，DNA都是copy的「又是老屋、又是這個，沒有什麼了不起的」，反而他們去連鎖店都會覺得比較新鮮，因為連鎖店一直在開，裡面有一些比較新的玩意兒在那邊，老屋看起來都是一樣、賣的東西也都雷同、消費又那麼貴，所以他們這兩種談法，對未來來說我覺得都不理想，但是老屋又不是古蹟所以該怎麼辦？我的想法其實就是轉化，轉化成當代的東西然後繼承下去，這是我們現在應該做的，大概是這樣。

研：老屋欣力其實在2008年就已經在檢討了。

經：對，他們很早就已經在檢討了，應該說是後來比較多追隨者把這個東西都談壞了，但是這難免，所以這變成說老屋欣力要反省，當初你把這東西端出來的就必須要準備，當大家開始跟風的時候可能造成的東西是什麼，所以你一開始在想第一步的時候，就必須想到後面的第五步、第六步，而在一開始的地方做出某種規範，他們提出八個口號，對老屋欣力這樣的想法，不是單純的在老屋裡面做生意就是老屋欣力，畢竟他們已經推行十幾、二十年了，現在做這些事情太晚了，我們看到台南已經都是了，所以剛好台南這個問題在嘉義就可以當前車之鑑，然後是政府又支持什麼舊屋力，跟一些系列這些東西，離台南這個狀態已經不遠了。

研：我之前在雜誌上看到一個地方，譬如說保留三百間老房子，結果裡面都是咖啡廳。

經：我覺得有好有壞，對開店的人不是好事，因為競爭多，但是對消費者，其實這是一個概念，當一個街區裡面有兩百間咖啡店是用老屋接在那裡的，其實它會形成某一種文化，在別的地方看不到的文化，這個時候你把咖啡店開在

這個以外的是異類，大家會覺得你開咖啡店不是應該開在這裡嗎？因為大家都知道要來這邊喝咖啡啊，反而它形成一種反彈，形成一種新的認知，「我要喝咖啡就是要去那裡！」所以變成後來你要開咖啡店就是要開在那裡，我覺得是蠻有趣的東西，要思考，而且我想你有在專門研究這個東西，由你來提出這個反思或批判其實是最適合的，因為我們自己本身是業者，所以當我們在講這些批判或論述的時候會讓人家覺得是酸葡萄心態，或讓人家覺得是同業的攻擊，所以當出現這樣子的，就會把心裡想要講的講出來，那對外面我們還是不會講太多，畢竟我們是開小店的，但是以你這樣的觀察，提出這樣的批判或想法、憂慮，這些都是非常合理的。

研：像我看很多和老屋有關的論文都會把老屋活化分成兩類，我自己詮釋成「再利用」與「再使用」的分別，可能只是在使用那個空間，但是並沒有把該傳達的東西傳達給進來的人。

經：檜意生活村就是個例子啊，它那邊就是這樣，高跟鞋教堂也是，之後還要有一個鑽石教堂，要蓋在溼地上面！我覺得瘋了，當他們就是只有這樣的水平的時候，你沒有辦法跟他們對話。

研：那個教堂是一系列要串聯起來的！

經：那個真的是發瘋，會被國外笑死的，只有還在那種明智未開的地方你才會想要蓋那種很大圖形式的東西，然後放在那邊供人景仰，不然你看我們都會強調細節化，那東西越小越好，然後很精萃，放在某個地方，這樣就好了，你今天不要說是高跟鞋教堂還是什麼，把隨便一個東西把它變得很大，隨便吹一顆氣球，把它吹得像高跟鞋教堂那麼大放在那裡，那都是個話題，很多人都會跑去那邊，但是這種話題到底有什麼好製造的，它不長久，這種東西很快就會無聊了，大家就會不要了，可是他們要的就是這種，短期之內很快地就吸引到全部人的目光、很多得討論，然後大家都跑來看，然後這時候就在旁邊弄個什麼夜市商場，弄一些烤的東西，然後大家來這裡消費，等玩膩了、毀掉了，就再換一個新的東西，他們的東西大概就是這樣子，他們花的是納稅人的錢，高跟鞋教堂我們都有蓋到，不應該批判嗎？現在有一個KANO園區你知道嗎？在棒球場旁邊弄了一些東西，很多的裝置藝術，讓民眾在那邊對那些東西打卡，拍一部電影都可以延續這麼久！

研：有個地方它就是讓很多藝術家進駐，藝術家在上面做了很多大、小型的藝術，但是因為那是很多藝術家集結的地方，所以可以很快速地一個接著一個上場。

經：嘉義好的藝術家到最後還是會半離開嘉義的狀態，很多藝術家在嘉義沒有辦法被看到。

研：我覺得人少，或者是對那類的東西不感興趣也有可能，像之前在酒廠那邊辦的展覽，去的時候都沒有人在看，但是我北部的朋友說這種展覽在台北、台中一定擠爆！

經：所以他們就會去辦那種，周末，親子同樂捏黏土的那種，然後還有茶會、點

心，結束的時候還有抽獎，這種對他們來說就是假日沒是的好去處，可以實際操作，一起玩，嘉義人很喜歡這種，而且政府又看到人潮，我花很多錢舉辦一個大部分人都看不懂的東西，來看的只有兩、三隻小貓，會覺得說這是浪費，但他沒有想過，來看的這兩、三隻小貓是誰，可能是一個作家、導演、一個開咖啡店的老闆，他們都是具有影響力的人，我可能因為這個東西看了回去以後受到影響開了兩間咖啡店，而那個概念可能是這部電影或是展覽帶給我的，然後每個來我咖啡店的人，我咖啡店在這邊開十年，十年我可能服務十萬個客人，你每個進來以後我都把那個概念通通送給你；因為這個概念拍了一部電影，而這部電影在全台灣上映，我可以改變多少人的思維，而跟來了三千個吃吃喝喝的人，也不會知道這個展覽到底在幹嘛，但很多人寧可選後者，你跟他們講的時候他們都懂，可是他們有著不得不說的難處，這些人講的也沒錯，所以我覺得這真的是嘉義過於真空、呆滯、保守的結構性問題，讓這些刺激沒有辦法被發現。你可以找陳世岸聊聊呀！

研：有呀，他是我們系上的老師，「再利用」和「再使用」的這個想法就是他給我的！

經：像我們剛開的時候是嘉義這邊很早開始用愛迪生燈泡的，之後你看嘉義的店這是標準配備，所以我就覺得說嘉義不是缺少美，而是缺少發生和刺激，但是很多都無法接受刺激，就是相對保守，也就是說在行為上渴望刺激、渴望跳躍，可是你在行為上保守，算是一個很矛盾的城市，所以必須像我們這種民間，幾個氣味相投的人合起來開始做一些事情，而這些事情是不用人家贊助或是資源就可以發揮影響力的，當這個影響力夠大的時候就可以逼迫他們來對話，所以我們才會自己辦報紙，所以用我們的方式發揮非官方的影響力，當我們談到這個東西的觀點或論點是可以被認同，發揮影響力的時候，官方自己就會跑來取經了，自己發揮影響力，自己去改變這個城市。很多東西就美學上、論述上，都是非常空虛的，真的會不知道要怎麼辦。

研：酒廠對面那棟是不是改成美術館？

經：對，那棟建築很美，酒廠就是創意園區，酒廠現在已經OT出去了，不曉得後來會變成什麼，它本來是中央文化部的資產，修好了以後開始OT，已經好幾年了都OT不出去，因為那個地方太大了，要經營就要經營一整個園區，所以不是一般人吃下來的，後來有台北還是台中的團來，應該是今年就會開始動了，而對面的美術館應該也會配合對面的創意園區來辦活動，我覺得美術館、博物館、動力事都不是問題，應該說我們的前人都留給我們這些資產，而現在嘉義蓋不出像美術館那樣美學的建築，但是很多時候我們沒有那個軟體，沒有活力去支持它。

研：那這樣的話我們之前不是都有辦什麼音樂祭，之後還會辦在那裡嗎？

經：可能就會變成要跟他們租場地，我跟主辦人很熟，其實有在討論這件事，如果覺得不OK的話，可能音樂祭就會往嘉義縣那邊去了，因為那邊腹地大，可能就會去南故宮辦了，而且嘉義縣非常歡迎大家去做這樣的事情，西螺、

嘉義縣，都在朝向人文發展的方向，因為和台中、高雄，這些城市比不過，所以要發展的就是一種，你們在城市待到不行、靈魂受到汙染了、賺錢賺膩了，就會來到這裡受滋養，就會發展出這樣的東西。

研：那像那個女兒節是不是也都辦在嘉義縣？

經：它是民間的，主辦的人是嘉義縣人，可是他現在也都是自籌，它還是一個代表性的節日，因為也辦了好久。但是嘉義太不安了，所以開始在亂做，就什麼都嘗試，但是這是一個以城市級的規模在做實驗，所以消耗的是大量的錢跟大量的公共空間，因為對未來感到不安！我們談了好遠！那我對老屋的想法大概是這樣，其實對老屋的定義單純指年齡的話真的太狹隘了。

研：那像你們進來這裡的時候格局是？

經：空的，就大概像現在這樣，沒有那個吧檯，因為那個時候很便宜，當然後來有漲，但是那時候我就想說因為這裡是百貨公司後面，從遠百轉到後面這裡也有很多店面，都比我們這邊貴太多了，以南部人做生意的概念是，應該要在熱鬧的地方開店才会有生意、被看到，但是我就不想這樣做，第一是租金便不便宜的問題，第二是它就在遠東百貨的後面，前就就有BRT站，火車站只要走路十分鐘，這種地方如果你沒有辦法讓人家發現到你，因為這裡很好到，如果你沒有辦法把人從前面吸引到後面，就是自己經營的問題，所以如果你可以吸引人來，那拐一個彎跟兩個是沒有差別的，你看台南你都願意鑽進巷子裡面找店了，也都願意開一、兩個小時的車到山裡面吃甕仔雞，所以我覺得地點在現在這個導航時代都不是問題了，而是他為什麼要來，你憑什麼要他來，你只要找到那個東西的話都不是問題，我經常跟人家說，我的店不是裝潢很漂亮的那種，這裡隨興到不行，但是在隨興裡面又有它的規矩，一個空間如果太莊嚴，在裡面的人其實也很難放鬆，感覺什麼東西都不能碰，你要坐在那裡很小心，所以我覺得應該要從很放鬆開始，所有東西都自己弄的、撿的，像牆面也自己塗的，我們烘的豆子就在那裡你看的到，然後所有書架上的書都不是買來給你看的，那是買來給我看的，所以我跟你分享，所以上面會有很多我的畫線、筆記跟貼重點的標籤，在告訴你，老闆在看這本書，也許我們可以一起討論，那這個就是我的選書，你大概把書架看完，就大概可以知道老闆是什麼樣的人，也就是說這是我個人腦袋東西的呈現，所以國王蝴蝶是間咖啡店，而我也從來沒有說過我是一間藝文咖啡店，但是大家都說國王蝴蝶是間藝文咖啡店，但是其實裡面沒有藝術，然後文，文化，這裡面沒有文化，沒有你們講嘉義的那種文化，你們走進來就會發現這裡面其實是老闆自己的文化、自己的思考，我們閱讀、思考、提出問題、批判、思辨，大概就是這樣，所以思考是國王蝴蝶的文化，漂亮的空間很多，可是能思考的真的不多，那前提是老闆自己也要思考，一個不思考的人不可能經營出可以讓人家思考的店，但是你可以裝裝樣子、唬唬人也可以，所以我們也是屬於很挑客人的空間，很多人進來都會覺得這裡很無聊、拍照也不好拍，老闆也不太搭理人，但是相反的重度上癮的人也很多，他們覺得想要

思考的時候很自然就會往這邊跑，依賴、上癮。

研：那像Daisy那邊聚集的人也是。

經：那邊聚集的人稱為比較藝術邊緣，Daisy很妙，她是一個很安靜，也不會跟你講很多論述，你有去過她的店嗎？我覺得你可以去那邊感受一下，我覺得坐在那裡不是鼓勵你思考，她是嘉義小店的元老你知道嗎？Bless的老闆去幫她裝潢，裝潢完他覺得還不錯，所以才自己又開一家店，那Daisy就是在老屋的店裡面一直到現在，非常久了應該有七年以上，比我還久，她是那個老屋、開一家小店，賣咖啡點心，一個人的店，有一些自己佈置的東西，東西是撿來的，有一些自己的書，這個氛圍的始祖是Daisy，她到現在還是走這個風格，我覺得她把空間當成她個人的展覽場地，其實她也算是城市實驗的一部分，我們店裡也算是城市實驗，後來當然是實驗成功才會有這麼多跟隨者，那她是最早的城市實驗者，把她的想法轉成行動然後弄一個當時都沒有的東西。

研：她有在我的名單裡面，但是在詢問她要不要接受調查的時候拒絕了，因為她真的太忙。

經：而且應該也是因為她不太會講，所以她應該也是很客氣的跟你婉拒，那你其實可以去找Bless，他其實就很會講，我覺得你應該去，因為他們兩間是我在嘉義老屋這邊發現的源。

研：像那個讀書人呢？

經：有建設公司把它租下來了，他們每層樓的格局就是會有書店，或者是文創商品，那會有一部分是餐廳跟咖啡店，他們本來有來找我去一樓書店弄咖啡店，但是我們的經營理念不同，不然他是覺得說國王蝴蝶的精神應該是和一樓的書店很搭的，在書店旁的咖啡店絕對不是以營利為目的的，它最美妙的功能就是你在書店那邊買完書以後到那邊喝杯咖啡，然後你把書拆了，開始看你剛剛買的書，它的功能是這樣子的。

研：恩，最後他們找了芙甜。

經：對，因為他們就在對面，資源是比較有的。而讀書人其實之於嘉義有某種意義在，但如果它變成和誠品一樣是在賣文創產品，那一定會被嘉義人批判，那讀書人應該是比較屬於給在地人，先給在地人再來才給外地人，所以應該要對嘉義人有很大的回饋，你來不買書沒關係，可是裡面會有很明亮的沙發或是坐椅，你不買書沒關係，你可以來這裡讀書，給你那個看書的空間，所以應該是一個讓嘉義人來這裡看書、培養氣質的地方，我覺得如果是我的話我應該會這樣做，會有一個閱讀區，讓讀書這件事情變成嘉義讀書人的一種風氣，你進去那個空間就會覺得來這裡就是要讀書的，應該要變成這麼棒的作品。

研：那你怎麼認識世岸老師的？

經：我開店的第一年他就經常來，因為這樣認識的，因為世岸在嘉義很久了，所以當我們這種小店一開的時候他是感到興奮的，開始有些有趣的東西，我們

又非常聊得來，他也住附近而已，有時候我會去找他，或者他來找我，像Something刊物就是我們一起做的。

研：世岸老師自己也有一個慢慢刊。

經：對，但是慢慢刊沒有結束，但是無限期停刊，因為Something比較快大概兩個月一刊，比較容易跟上時事，而且我也把我剛剛跟你講的東西跟他講，以慢慢刊來說，它還是回頭看的，看嘉義公園、東市場，他本身就是一個文史工作者，難免，那我會帶一些新的概念給他，因為我之前在台北工作，而且也很長一段時間不在台灣，所以當我回到嘉義的時候，我會一直問問題，如果嘉義這個城市要吸引我定居，賭上未來，那要先告訴我嘉義的未來是什麼，我發現嘉義沒有人在談當代跟未來，那我就跟世岸說，我們必須要來談這個東西，談別人不敢談的這個東西，沒有脈絡可循的，你往回看的時候很多東西都有脈絡，一根柱子在那裡，然後你就會開始翻文獻、找資料，它是根柱子，是清朝時後留下來的柱子，是用什麼材料做的，去論述那根柱子，然後呢？叫大家來看柱子？現在大家都在做這種事情，我們要談的應該是這根柱子之於嘉義當代到底是什麼樣的關係去論述它，所以它未來可以是什麼，我們就是要去談這個東西，所以其實我也在改變他，所以後來才會一起去做Something，Something是一個切入當代的一個觀點，第一期做的是朴子重劃區，然後第二期是舊公所，第三期是街景，都是從一個當代的，現在既有的東西去切入，講一點點它以前是什麼，所以它未來應該會是什麼樣子。

研：那這份刊物是最近才開始的嗎？

經：去年，兩個月一刊，所以四月又要出了。

研：那這些東西是你寫的還是有徵稿？

經：主要是我和世岸寫的，我是負責藝文版，他是負責前面，就是你只要看到Something跟右邊這一面就是他，那如果是大張圖，後面的藝文版就是我，那藝文版的部分會有邀稿，像前面兩期我都是邀詩，找詩人寫詩，第三期就是寫道路觀察，寫花圈的觀察跟人行道的樹根現象，那我講的就是電線或是人行道鋪面的破碎，黃明川導演會一直來跟我們聊是因為他看到我們在做這個東西，也是因為藝術影展的時候看到我的紀錄片所以才跑來一起聊天的，他都會留意我們有沒有繼續做Something這件事情，他很怕這個東西就斷掉了，那我們現在其實希望找到一些對的人來幫忙做這樣的刊物，它理想的狀態應該是每一期出來的時候要有兩張，然後一些可以討論的議題，但是Something的東西不好寫，就像它的名字一樣，不是寫心得、感想或是個人的小抱怨、酸民的言論，必須要有一些比較跳的Something。

研：老闆以前是有在關注這些東西的嗎？

經：沒有，都是開店後才有的，開店前我跟一般老百姓沒什麼兩樣，就是個死老百姓。

研：所以開店對你的影響很大唷！

經：對。

研：那老闆以前的專業是什麼？

經：我唸化學的，然後畢業後化學的工作只做了一個星期就沒做了，就去菲律賓工作四年，在台北一、兩年，然後又跑到大陸東北大概半年，太冷了，被冷回來，不然大陸東北那邊本來是想要待個兩年，但是太冷了沒辦法，回來之後就回來開店了，所以二十幾歲的那個十年，幾乎都是在外面的，後來學了攝影之後，我覺得攝影這件事情對我的改變很大，就我覺得在未來你讀不懂圖像，跟沒有辦法製造圖像是文盲，因為我們現在處在一個圖像的世界，你一天可能花不到一個小時看電視，可是你會花好幾個小時盯著手機或平板，你一直在滑的就是文字跟圖像，所以它代表的就是一個語言，一個傳遞訊息的方式，而且比文字更直接，所以我們在討論Something這件事情的時候一直在想藝文版後面的部分一定要有很大張的圖，讓大家去凝視我們想要表達的東西，它會勝過你五千字專家論述，就讓你看那個很恐怖的電線，你就會知道要表達的是什麼，不用和他解釋就看得懂，所以攝影這件事情是我開了店以後自修的東西，它微妙的改變了我看世界的方法。

研：像我們之前在幫忙社區的時候，或是幫助他們了解社區時，會用照相的方式，因為相機所拍出來的世界就是你用眼睛看的世界，那每個人所看到物件不同，就算同種物件所觀看的角度也不同。

經：我也是我們這個垂楊里社區發展協會的社區攝影師，所以有一次幫社區發展協會上那個攝影課，我想說攝影這件事情太大了，到底要怎麼談？而且也會想說來的是什麼樣的人，結果來的人都很妙，賣蛋餅的、廟公等等這些人，我不是跟他們講攝影這件事，而是告訴他們如何閱讀一張照片，那我就找了一些拍傳統市場裡面的照片，然後放大，然後跟他們講要怎麼去看這張照片裡面的細節，也舉了日本路上觀察學，它裡面真的有一些很厲害的人，他會花好幾年的時間去拍跟蒐集或只是畫，去記錄全日本水溝蓋的形狀，然後會有人去拍或紀錄我們這個社區每戶人家的鐵門的樣子，然後就把它擺在一起，那我就把那個東西分享給他們看，他們就覺得怎麼有人在做這個，當一個東西在地上沒有人會看到，可是當你把它整理出兩百個擺在一起的時候，你會發現說因為它不一樣，然後門也是，其實元宵節燈會的時候搞不好我們可以辦一個像是我們垂楊里，我們就畫了五個鐵門的樣子，或是有趣的門的形狀，然後大家提著燈籠一起去找，這五個門是哪五戶人家的，先找到的有獎品，然後他們就開始一戶一戶的盯著門看，用這種方式讓他們去看，人的焦距很窄，我不要讓你看大東西，你會發現說不管你有沒有得到第一名，或是你有沒有找到那五個門，當你經過這個過程後，你會發現你對垂楊里有種豁然開朗，很多鈕忽然被打開了，你不一定會找到這五個門，但是你可能在過程當中你會發現有趣的盆栽、或者是對你來講更有趣的門、有趣的屋頂、或是你以前沒有進去過的巷道，因為這樣子去發現到這個東西，這時候也許你再去教他攝影的時候，他會知道他要去拍什麼東西，我覺得還蠻有趣的，鐵窗花之前台南就觀察過，路上觀察學、考現學，路上觀察學是由考現學所

延伸出來的。

研：你們樓上是什麼？

經：住家，我們住在裡面。

研：所以是你從台北搬回來租這邊…

經：對，就順便把我媽他們接過來住樓上，所以住宅跟店一起，我覺得比較方便，一直忙到晚受都OK，但是事實上還是比較不太好，因為工作跟生活都綁在一起，照道理講應該要工作跟生活要分開，不過這邊只是一個做實驗，這邊不是一個營利或賺錢的地方，它是我的一個城市實驗，實驗國王蝴蝶談的東西大家能不能接受，後來證明它是OK的，所以我們九月份租約到了就要結束了。

研：那之後呢？

經：會出國去一陣子看一下，順便思考接下來要做什麼樣的事，現在還不知道，因為收是必定的，實驗結束了，曾經你是很邊緣的，現在滿坑滿谷，該退了，開始進入思考我們接下來會是什麼，獨立小店現在不獨立了，它變成主流，反而連鎖店變成邊緣。我曾經把自己抽離一下，可能一陣子都是跑小店去喝咖啡，吃早午餐、去買一些文創小品，然後再突然跑到肯德基的櫃檯去點一個餐，坐在裡面吃，突然覺得說去連鎖店點一個東西吃，變得很單純，這很妙，它變得很乾淨、很單純，彷彿沒有壓力，因為連鎖店裡面沒有符號、沒有理念一直在壓你，坐在那邊有三面落地窗，坐在那邊吃漢堡喝可樂，覺得無比輕鬆，我那時候就在想真的很有趣，當那個立場對調了，忽然到這種沒有太多符號、沒有理念在壓你，空間也是乾淨明亮的，反而覺得輕鬆。

研：因為那邊沒有想要傳達的東西。

經：因為獨立小店它要傳達你很多理念，可能是支持同性婚姻的、支持代替領養的、反服貿、台灣獨立、支持手工咖啡、手作早午餐，然後老闆走過來就會說：「你第一次來嗎？那這是小農番茄，無農藥的…」你就會突然覺得，小店給了人很大的壓力，這是我用我自己去做實驗，反而坐在星巴克或麥當勞、肯德基裡面的時候，突然輕鬆了，你可以去試試看！

研：那國王蝴蝶的鳴子是怎麼取的呀？

經：亂取的，哈哈，直覺。

研：所以之後是你們全家都會搬走歐？

經：對，這一棟就還給房東了，哇，我們聊那麼久了！

研：那老闆你有整修前的照片嗎？

經：本來有，但是我的硬碟在去年壞掉，過去五年的照片就掰掰了，其實沒有什麼大工程。

研：你們是一個團隊，是七個朋友？

經：對，主要是七個高中同學，實際上超過七個，其實甜點店的部分，我主要是做行銷不是甜點，那甜點店是一個同學叫嘉昌，是這邊的主廚，其實從我們高中畢業的同時，他也去當學徒，那我們大學畢業，他也差不多學成出師了，他是在對岸學的，是台商去開業的，然後剛好媽媽認識介紹他過去，他學完之後想要去進修，進修完也在職場上待有一段時間，那我們也剛好當兵完退伍，時間都很剛好，那他也因為家裡的因素想要回來南部，想要回來嘉義，因為那時候他在新加坡的餐廳擔任甜點的師傅，那我那時候是台北烘焙坊的行銷師，所以他剛好找上我，那時候也相信他的手藝，其實在之前我們都沒有吃過他的東西，那他說他想要在南部開店，我也剛好在業界一年多，所以小熟，也因為行銷關係所以了解烘焙、麵包或是西點這個行業上還蠻熟悉的，那其實我們一開始不是找這邊，這邊是一個老房子，那時候是在林森路那邊的房子，原本是找那個點，因為那時候在擇點，也覺得那邊租金便宜，乾淨弄一下就感覺不錯了，結果後來那個房東很急著要簽約，我們想要等等，那房東就說他要簽給別人，我們就說OK，後來我也回北部，因為那時候還沒有離職，就繼續工作，然後就得到消息說這邊要出租，那我們也都還蠻喜歡這個房子的，因為它是整個木構，以前更明顯，現在我們加了大量的鐵件所以感覺沒那麼日式，以前是個蠻日式的房子，以前是白鈕扣童裝，以前是還蠻日式風格的，我們也都蠻喜歡的，所以就談下來了，才發現面臨到估算，算一算房子要花費的費用還蠻高的，所以最一開始會需要湊到七個人，然後我就寫了一份企劃，然後就開始把大家找來聊聊，大概是這樣子，所以其實初衷是我跟嘉昌，然後有找阿傑，他也蠻想學的，就跟在他身邊學，那我是負責外場，大概是這樣。

研：那這間房子大概幾年了？

經：我們接手的時候就一百零七了，現在大概快一百一十年了，將近啦，一百多年是跑不掉的，但是因為它之前有倒過一次，在民國三十幾年的時候有一次大地震，謄本上面是寫民國三十幾年，但是據說是從昭和時期到現在了，就是說從日據時期就有了，因為像隔壁那個老阿公他八十幾歲，他說這棟房子他出生的時候就有了，所以至少大於八十歲是肯定的，房東是說有一百多年，最一開始是一個日本人類似配給的公舍，因為以前中山路叫大通，所以是以前日本的一個建築師的房子，因為其實戰敗的時候國民政府是很匆忙地離開，我不知道他們是不是想留在台灣，我不清楚，因為那時候在台灣日本人也有將近五十萬人，那他的房子是給一個姓吳的，那我們現在的房東大概在十幾年前，就這個的產權是國有財產局的，國有財產局公開招標，然後屋主也不知道，所以落到我們房東這，有些人會去注意國有財產局的拍賣等等，他就拿下來了，大概是這樣子。然後他以前可能賣過滷肉飯還是什麼

的，小的商業，因為它以前是三間房子，然後是把它打通這樣，結構我們沒有改，就是增設一些東西，因為我們房東簽的約不會太長，大家也不是很用心在維護它，包括上一個使用者也是，尤其是這個牆壁，後面的這個，它是用木板砌起來的，它沒有實牆，只有木板，破掉也沒補，所以那時候有很多白蟻，以前地板是鋪木皮的，可能那是比較劣質的木板，就把白蟻帶進來，也因為潮濕、漏水白蟻就亂鑽，超多白蟻。我們也沒有改變很多，但是也是歷屆房客改變最多的，因為我們是餐飲，需要有供應餐點的動線。上一個使用者也才使用十一個月。我們約快到了，我們會再約下一個三年，我們十一月就到期了。因為我們之前也都是餐飲的，所以在合約上有很小心，但是因為在我們的角度上，我們把裝潢看成是無法回收的，是要去攤提的，我們合約三年，就是要在三年把它攤提完畢，正常來說是這樣。房東不太願意和我們簽長約，怕相處會和不來，因為我們是年輕人，所以各方面可以配合的我們盡量配合，這是沒問題的。像那個小為老師，屋子裡有甜點，它前身是叫完美煮義，所以有時候這是人與人之間的關係，那個老師是無菜單料理，他現在有另外開一家叫這裡，那屋子裡有甜點，這個老師最早是翻修那邊的，後來他也是合約的問題就結束了。像老屋的修復者或者是像我們也都會面臨到這樣的問題，畢竟被收回去的話你的投入或是台灣有些房東看你生意很好想要漲租之類的，都有可能碰到，但是我們邊的話，合約擬定都還蠻小心的，包括我們有去公證合約等等的。其實屋子裡有甜點還蠻幸運的，因為它一開始的狀況很不好，小為老師修最多，那他現在換去其他地方，屋子裡的甜點真的蠻幸運的，因為就這樣承接著，那東西也蠻好吃的，蠻受大家歡迎的，那但是修復者是小為老師，那是一個好的印刷廠，就可能都會擔心房東收回去，像之前也有修復老屋，房東也是等他們裝修好後馬上漲，但是我覺得這個部分因為我們的合約是有公證的，所以只要有違約就是強制可以送法院的，包括一開始我們也鬧得不愉快，因為房東不希望我們把樓梯弄上去，然後我們把它鋸斷一小截，他有點生氣，但是那時候工程已經完成大概八成了，那時候我們也有找技師評估，也保證結構上沒有問題，但是因為我們合約他也有同意房屋的修繕，只要不影響結構，所以我們也沒違反合約，不然那時候他就說那不租我們了，但是我覺得就是要不斷地去交換意見，獲得彼此的諒解，不管是老屋修繕還是開店都是，有些房東也是蠻惡劣的，像我們有時候只是加入一些元素，然後整理乾淨這樣，可是只要這樣整間房子的氛圍就會不一樣，然後它有價值，可能它的價值不是本身就有的，而是當我們加入一些想法或是擺設進去才讓它有價值，我覺得很多修復老屋，可能要避免這個問題，因為修復是一個投入，投入金錢，經營一間店最重要的就是要有收入，除非房子是自己的，但是很多房子是自己的通常都會放在那邊，有想要修復的觀念真的很少，幾乎大家都是承租的。三年的租約真的很短，通常都是五年，當初我們也想要簽五年，但是房東不願意，然後最近一直再跟他說續約的事，漲租也會讓他漲，哈哈，萬一沒有簽合約，那我們年底就要

搬走了。但是台灣會逐漸重視這一塊，你說我們是很專業的老屋修復，其實我們不這樣認為，只是當你發現一個很美好的東西，我們也很喜歡的東西，為什麼不幫它保留下來，如果破壞沒辦法獲得新生，其實人家說延續也是一種新生的辦法，但是可能要加入一些不同的元素。我覺得現在台灣建築實在是太醜了，那種之前蓋的房子，真的都不漂亮，你再找那種日式洋房，比較漂亮。那這邊這段，這段算是比較老的，因為後面那些可能比較老，但是也都癱了，像我們房東之前也很想要把它打掉，蓋更有效率的大樓。因為一個人的力量有限，現在嘉義有一群人一直有再修復這些老屋，其實我們也沒有一直再修復的團隊裡，我們只有這裡一間，也沒有努力的找尋其他老屋，拿到這間老屋也是一個姻緣。

研：那有因為接觸這個老屋以後會想要保存更多老屋嗎？

經：會，如果有發現的話，我覺得延續是個方法，像有一間老屋是婚攝的，那間也很漂亮，是有天井的，也修復的很棒，也沒有打掉，也投入了很多，現在每兩個月會策展，就把它變得不一樣。我也發現中正路上也還有很多老房子，可能都五、六十年以上了，因為中正路是大通二通，以前就這兩條最發達，那些老屋現在很多閒置都是屋主不缺錢，也可能第三代他們都移民走了，那要租那邊也很麻煩，他們也懶得辦，不然其實整個中正路做起來會很漂亮，因為你看台南有神農街，我覺得嘉義中正路就完全具有那個感覺，但是要政府單位，像以前有想要規劃成徒步區，從火車站那邊到文化路，但是失敗了，但是目前反而這周圍，開了很多新的小店，也都是老屋修繕的，太多了，我也都記不得名字，我們這邊只是地理位置比較好，比較能夠被看見，嘉義的可能比較散，沒辦法一整條街這樣，無法很具體地去營造出那個氛圍。其實嘉義現在有在規劃地圖，像是這本書《嘉義小旅行》。

研：那你們的空間是想要營造出什麼感覺？

經：這個因為我們是賣法式甜點的，考慮的是質感的部分，那時候剛好有出國玩，有去一個小法國村，那時候的外牆就是這種很溫暖的黃色，外面的顏色是這樣延伸過來的，那裡面這個顏色也不是我們想要的，我們希望是原木的顏色，但是這個漆是上一個使用者就漆了，我沒有再問他前身是不是也是這樣，因為我覺得木頭還是原色會比較好看，因為這種漆是不透氣的，還是要用那種護木漆才會比較好，那如果我要把這個漆刨掉的話，那個工人說我至少要刨個半年，他叫我可以多請幾個人開始刨了，但是這沒辦法，因為一個月房租六萬多塊，所以我們裡面就只好直接延續了。法式點心會賣那麼貴是因為它的工，可能四個層次或五個層次，因為這種東西四次、五次比一般甜點兩次、三次，那其實人工才是比較大的成本來源，好的原物料相對貴，但是可以做一千份的話，那攤提下去其實一個成本也才多一塊、三塊、五塊不覺得多，但是人工的話就不是，我們也不是故意賣那麼貴，那是一個人家對於你品牌的價值，如果今天跟其他平價點心賣一樣的價格，那我們會不划算，因為我們就是要養這麼多人在裡面，而且因為甜點不是正餐，所以定價

會比較高，那相對的空間就會改變，但是我們也不想要太高級的感覺，不希望整個都是石材，是希望有點奢華感，但是又有鄉村在裡面，那裡面的色系是比較溫暖的、沒有隔閡的，但是這個部份很難講，這是我們自以為的黃色是溫暖的，我在後期近年有些朋友、朋友的朋友或是親戚知到這間店的時候都會說，歐！就是很貴的那家。但是他沒有近來過耶！他們就說看裝潢就覺得很貴啊，這可能就是認知的不一樣了，我覺得那是溫暖、沒有隔閡的裝潢，但是其他人沒有這樣覺得，因為我覺得我們的空間很有趣，我們把空間發揮到最大的效益，因為上樓的樓梯有兩座，而且樓上是不相通的，那這個樓梯的產生是因為我們不能把結構打掉，因為它以前是三間房子，上面的騎樓空間以前其實是儲藏室，而且是直立式的樓梯，但是我們總不能把中間的空間浪浪費掉，所以才這樣，像那個木頭敲下來我們都還給房東，房東都說那個木頭很貴，都是檜木的，真的是檜木，以前隨地都是檜木，連阿嬤嫁妝的衣櫥都是檜木的。整個裝修完大概花了一百多萬，那整個投資成本大概是四百萬，包含器材等等，我們算是比較大的預算，所以才湊到七個人。

研：那有想過台灣的甜點是什麼嗎？

經：其實我們店名就是糕點店的意思，比較西點，蛋糕類的，台灣的蛋糕最早是襲承日本的，就是那種卡通蛋糕或是傳統的黑森林鮮奶油的蛋糕。台灣其實蠻跟得上流行的，算是烘焙業第二名，那台灣又是海島國家所以蔬果類很多，台式的蛋糕就是一層鮮奶油一層果醬的蛋糕。那法式點心的部分比較講究層次感、口感，那穆斯，其實一百多年前是沒有慕斯這種東西的，那最早是塔類，像是水果塔那種。那國外的餐飲概念有一個是我們一直想延續的，就是新鮮的東西。那像因為那邊的口味和台灣的不同，所以我們會做修改，比較冷的地方因為他們的熱量需求，所以他們的基因裡面就會比較耐甜，那日本就是耐鹹，飲食是要隨地方而改變的，那西伯利亞那邊全年度都是冰，那他們攝取的就是需要高熱量的食物，那熱帶國家就是酸，他們對酸就很能夠忍耐。那像台灣沒有覆盆子，那是國外才有的，但是台灣有柳丁、芒果，我們也都加進去，我們也都蠻常用台灣的食材的。那台灣的風格我覺得是大融合，我覺得那也是台灣的優點。那其實也有很多人是來這裡吃吃甜點就走了，因為甜點的族群本來就在，但是也有很多熟客是會利用平日來，利用晚上來客人比較少，他們也會說如果是假日的話不會以我們這邊為首選，因為太吵了、人太多、又來來去去的，有些東西會吃不到。假日可能就是平日三倍的業績，那用餐時間人又會更少，因為我們的定位就是甜點。那客戶的族群大概都是女生居多，而且學生的話是大學生比較多，大概到三十五歲左右，這個族群大概佔七成，那男生喜歡吃甜點的也是少數，或者是陪女朋友來的之類的，但是也很難講，因為之前也有一群工程師來吃。那也有一個台北來的顧客，來嘉義的時候都會來這邊吃。那其實我們回來嘉義最大的一個目的，我們那時候有點狂妄，但是現在還是一直朝著那個目標前進，就是來嘉義這裡是一個必吃、必到的一個地方，那如果像鳳梨酥，可以幫助到種鳳

梨的農民，那我們也希望這樣，可以幫助我們也可以幫助當地，希望能成為嘉義人的驕傲。我自己的觀察發現，嘉義的餐飲大概會晚大城市三到四年的時間，像手在披薩也是，那是我們七個人裡面兩個人去開的，開的一家專賣薄皮披薩的專賣店，那在台北大概是四年前就有了，所以我們算是走在算是前端，嘉義算是資訊比較晚的城市，因為大家接受度比較不高，也沒有嘗試過無從比較，所以我們一直希望這是嘉義人的驕傲。像我之前是中原大學的，之後去台北工作一年多，其實回來嘉義不是不好，只是比較感嘆的是城市的腳步很慢，但是這也是這個城市的優點，想要讓它快也快不起來，那只好就讓他繼續慢下去，嘉義很小，就是小的很可愛，我們最近發現一些事，很多人回來創業，但是我們要帶入更多的光觀近來，因為大家回來開店，應該說開店簡單但是生存不容易，其實我們開到現在還沒有回本，我們的目標是想成為伴手禮，讓更多人接觸到我們，其實大家都是想要行銷嘉義，我覺得在地的文化就是把平常會吃、會喝的分享給其他人，到今天其實我們的外客比例還蠻高的，到假日可以到四成的外客，但是我們的議題其實不大，但是像之後讀書人會改變成文創的獨立書店，我們也會進去裡面，一樓的咖啡廳會是由我負責，那他也有找很多嘉義的一些小店文創類的，會變成類似嘉義小型的松山文創，但是它還是要生存下去，才能夠永續、持續走下去，還蠻拭目以待的，這一區就漸漸的被帶動起來，一直從文化路延伸過來，都還不差的一些店家。

研：那像現在也有很多城市提倡慢活的概念！

經：對，像我們那天聊的也是，他說嘉義住房率其實是最高的，很多人來嘉義沒有目的的，有時候他們會拿著導覽手冊在嘉義市騎單車，其實嘉義是個很適合騎單車的都市，慢慢繞的話感覺還不錯，可以一整天待在這，我覺得嘉義可以更慢活一點。那其實在西市場裡面有一間分店，那我本來是要做議題行銷在裡面，那裡面都鐵門深鎖，因為那其實是市場再造，那種傳統市場再造好像都是失敗的，像台北的那個市場，把市場弄乾淨以後好反而就沒什麼人要進去，因為西市場後來落寞的原因是因為那邊租金很便宜，那裡有很多老攤販他們還有其他的位置或是工廠可以支持他的生活，那他那個位置就會變成他的倉庫，我覺得如果政府有公權力的話，應該可以假設多久停止營業的話，就把它們收回來。所以就算我們把裡面弄得漂漂亮亮的也沒有用，因為那邊太多閒置的空間了，那如果把閒置的原因找出來，其實那裡面也有很多不錯的店家，這應該是政府可以介入的地方，讓一些年輕人進駐因為那邊租金便宜。那像我們也有參加政府補助的活動，但是我覺得政府應該要把這塊餅做的更大，我覺得我們會做得比台南好，因為我們比台南更集中，就整個都市來說，我們不用東區、西區，嘉義就這麼小，就從林森路到興業路這邊，這大概是嘉義最精華的地方，就是舊的諸羅城的位置，我覺得這是個還不錯的建議，對於城市再造，如果有機會看到更好的房子的話，會想要保存，但是房子沒有議題的話，因為租下來會不知道要幹嘛，你就不會想要去承租

它，總不能我要開一家甜點店但是沒有這個市場。有越來越多的老屋修繕，台灣會越來越多，因為有很多人願意回來，會把這做得越來越不錯。但是會想政府是不是能有管道讓大家認識他們，更直接的平台把這些品牌呈現出來，因為你說舊屋力這個是一年一次的，我覺得新開業者會有，但是要想辦法持續下去，因為一家店要收起來真的很快，可能不到一年就在市場上消失了，我們也是一直撐到現在，我覺得我們還可以，因為我們有七個人，可是有些人就等，會覺得只要延續下去就有機會，說不定要是哪天房東真的要拆了的話，是不是能有什麼公權力介入，還是又要發動靜坐之類的，像那個舊的市政府，但是保存老屋光是維修就是一個費用，所以它還是需要轉化，要看有沒有大機構願意認養，光建築物整理就需要很大的費用，有時候非營利就是需要人家捐款，我覺得那邊還是要成為一個商業空間，但是很難，因為嘉義的市場就這麼大，那邊勉強留下來的，但是還是閒置在那邊，不過就很兩難，搶救下來要拿來幹什麼真的要想，如果要打造成一個市民可以共用的空間，那也要人維修，像舊酒廠那邊，那邊辦的藝文活動通常都沒什麼人看，但是我想這是文化習慣的關係，但是我覺得這是有機會的，大家願意踏入嘉義，只是還沒有找到這麼大間，願意把它承包下來的業者，其實我覺得如果是飯店業者應該可以，而且那個音樂季辦得也都還不錯，那個策展的小朋友很厲害。因為我們顧店就很忙，沒像那些大哥還有空去關心這些，但是如果有的話，比如說加入他們的協會取得資訊、關心這樣。我們這邊也有辦一些攝影展，也在嘗試做一些看不到效益的東西，但是後來也累了，因為要不斷地找策展人。舊屋力有分兩類，一個是文化、一個是修繕，那文化經營類的就是類似要找人辦活動，然後修繕的部分就是你需要什麼那他們去審核，那我申請到的是修繕的補助，就是補一下漏水之類的，但是我覺得文化經營類的補助實在太少了，應該要提高文化經營類的比重，因為我覺得文化經營類才是燒錢的活動，因為修繕硬體的部分，它修了就是在那裡。但是文化經營類的我覺得應該要有一個平台義工之類的，應該要再精緻一點。應該要讓大家上一些行銷課對大家比較有幫助。嘉義有一群很熱心的人在從事這一塊，我們只是小小的一塊，我們只能做好自己，改天心有餘力的時候可以從事其他事情，但是有時候會覺得那是過度包裝，選擇老屋變成是一種刻意的，我個人立場是沒有的。那你想要寫的是？

研：我想要寫的是老屋空間的室內意象，是你想呈現的空間感受與我們感受到的

經：因為有時候可能站在商業角度，像我剛才講的我想要的是溫暖的、接近的，但是有些消費者覺得是比較貴的、比較高級的，也可能是因為甜點，當然我們是相對高價，在嘉義市相對高價，但是如果是在台北的話就是相對低價，有時候遇到一些客人，本身有在專注於甜點的，就會覺得我們這邊好便宜歐，我就會覺得他是內行的，哈哈，在外面有時候看到差不多的東西就會覺得他們怎麼可以賣的這麼貴，憑什麼？但是他們就是有人買單呀！但是嘉義就比較無法，但是有時候我們自己吸收了，也不會特別跟消費者說，消費者

可能也不知道，但是我們一直在用很高的標準，不管是在餐點、服務甚至於空間，應該說我們對自己的要求是蠻高的，希望讓欣賞的人，或者是有一天大家會恍然大悟，我在嘉義有吃過這樣的東西，這也沒關係，我們達到目的了。空間的部分，我們算沒有把裡面弄得很老屋的一間店，雖然在外面看起來會像是一間老屋，但是裡面會感覺蠻新的，這跟其他業者比較不一樣的應該就是這裡。就像剛剛說的使用黃色是希望讓人感覺到溫暖，鐵件是因為我們使用比較沒有經過處理的鐵件，營造出比較粗曠的感覺，但是又帶一點細膩的，其實就是混搭，有一種衝突感，因為這些東西是很西式、很新的東西。嘉義餐飲的流行敏感度很多，所以在空間的部分我希望新、舊去做一個衝突的感覺，包括進門你看到的是大理石材的感覺，最外面是木頭的感覺，大理石的感覺會有一種比較貴一點點的感覺，可是當你走到樓上就又不會有這樣的感覺，而且我沒有很刻意用木頭去做這些感覺，因為本身就是西方的元素近來，還是跟我們販售的東西有相關，然後大方向是這樣，那當初也是我們自己去監工，但是也有請設計師告訴我們細節，像這個地磚是我們自己貼的，雖然看起來很像從以前就長這樣，可是這是我們後來才補的，有重新磨過，在裡面的地磚很俏皮，裡面是用黃色馬賽克，其實是因為甜點廚房才會這樣弄，一般廚房不會弄馬賽克，通常都會弄防滑、深色的地磚，其實我們在那方面是有點不一樣，像騎樓的部分，會做鐵件是要加強它的結構，不然我也覺得這樣蠻醜的，因為木頭有那個彈力，彈性比較好，因為你走上去的時候會有特別晃的感覺，我們還是需要補強，因為畢竟牽涉到公共安全，我們還是蠻想要把它延續下去得，因為這裡不只是我們第一個創業的地方。那邊的屋頂的木頭和這邊的木頭是不一樣的，一邊是四方形的，一邊是圓形的，當初有聽一個老師說會削成這樣是光復後才有的，說是因為這個技術才這樣，這方面比較沒有考究，那邊比較矮，因為那邊以前是廚房，但是實際上是不是這樣也不清楚，因為年代久遠。

研：現在已經有越來越多類似這樣的空間，像是時代的重疊，把所有的空間和時間都重疊在一起。

經：對，其實我們的傢俱也都挑的很西式，那像現在很多老房子也都是這樣，我會比較喜歡讓這個房子本身的特色表現出來，像我也很喜歡這個原本木頭的顏色，我覺得這棟房子很好看，像洋房有它們自己的需求，就是每個年代所具備有的東西，因為我本身的想法是，不一定要很西式的，因為要保留一個店畢竟是台灣風格的。如果今天找到的是一間三合院，那我想我裡面的裝潢會是比較中國的那種感覺，但是還是不知道會不會有人喜歡就是了，但是台灣近幾年還是受到國外的影響，你說台灣真正的依很古老的方式去修復的還是很少。像很多古厝，我們要修復成那樣子才是原本的樣子，或者是廟宇，也許那是可以去思考的，不然很多人就是打造成日式的樣式，因為我們跟日本來是有一點文化重疊的部分，現在普遍老屋幾乎都弄成日式，但是說台灣有台灣式嗎？我也不清楚，但是我覺得可以帶有一點中國的味道。

研：但是會不會是因為台灣一直被殖民所以我們才會變得那麼混合？

經：也有可能是因為我們從荷蘭時期就一直被殖民，我覺得台灣應該要從我們這代開始蓋漂亮的房子，但是現在這些也有可能是台灣的風格，但是像我前幾年去越南、柬埔寨，他們是法國殖民過的地方，所以法國的色彩會留在舊城區，就很鮮明，那他們也不會去動它，因為那就是一個歷史了，但是台灣就是國民政府可能會拆日本時代的東西，那當然後來又是國民政府又被拆，那這樣就沒留下什麼代表性的建築了，新式的就是很洋式的東西，那可能就是蔣公的銅像。就像是我們現在的是政府一樣，那小老百姓，城市就是大家一起去加加減減，就是蠻有趣的一個。那像我們在水上看到一間老屋修復的非常漂亮，它是在賣炸雞排的，有點像日式和北歐的風格，但是是老房子，一看就知道是老房子，但是還是做不起來，但是那個空間真的很不錯，但是這就很難去說。那我現在應該會比較喜歡老洋房，那時候看到這間真的很喜歡，當然是自己喜歡才會想要好好去整理，我到現在還無法想到它會拆掉還是怎樣，因為畢竟丟太多心思進去了。



嘉義市老屋咖啡廳室內空間意象之研究問卷調查表

親愛的受訪者您好：

這是一份針對玉山旅社老屋空間重新使用的空間氣氛調查，希望透過問卷了解您對於老屋空間重新使用空間的看法。您的意見非常寶貴，問卷內容將作為論文研究統計之用，請安心作答。謝謝您的熱情協助！

敬祝消費愉快！

南華大學 環境藝術研究所 研究生 孫渝婷
指導教授 郭建慧

一、基本資料

日期：_____

1. 您的性別：男 女
2. 您的年齡：20歲以下 21~30歲 31~40歲 41~50 51歲以上
3. 您的教育程度：國中(含)以下 高中職 大專院校 研究所
4. 您的專業背景：_____
5. 您的居住地：北部 中部 嘉義縣 嘉義市 南部 其他_____
6. 您最一開始對於老屋的印象是從？
電視、報章雜誌、書籍網路上 自己的老家 類似本店的地方
小時候拜訪的長輩家 戶外參訪 其他_____
7. 請選出您覺得老屋咖啡廳室內空間最重要的三個選項。
桌椅樣式 整體色彩
燈光、照明氣氛 天花板設計
擺設品 地板設計
牆面設計 其他_____
8. 請問您是第幾次到訪本店呢？ 第1次 2~5次 6(含)次以上
9. 您在店內停留的時間？ 30分鐘內 30~60分鐘 60~120分鐘
120分鐘以上
10. 請問您認為本店所屬的色系？ 紅色系 棕色系 橙色系
黃色系 綠色系 藍色系
紫色系 灰色系 黑色系
白色系

(請翻到下一頁繼續填答)

二、空間印象

請評估您對以下空間形容詞的同意程度，在適當的格子裡打勾作答。同意程度分成五種等級，如對於那些形容詞感受強烈，則非常同意，如果沒有則非常不同意。

		非 常 同 意	同 意	尚 可	不 同 意	非 常 不 同 意
1. 您同意店內座位區看起來有	歷史性的……	<input type="checkbox"/>				
	在地化的……	<input type="checkbox"/>				
	延續的……	<input type="checkbox"/>				
	友善的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
2. 您同意店內櫃檯區看起來有	歷史性的……	<input type="checkbox"/>				
	在地化的……	<input type="checkbox"/>				
	延續的……	<input type="checkbox"/>				
	友善的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
3. 您同意店內的地板看起來有	歷史性的……	<input type="checkbox"/>				
	在地化的……	<input type="checkbox"/>				
	延續的……	<input type="checkbox"/>				
	友善的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
4. 您同意店內的牆面看起來有	歷史性的……	<input type="checkbox"/>				
	在地化的……	<input type="checkbox"/>				
	延續的……	<input type="checkbox"/>				
	友善的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				

(請翻到下一頁繼續填答)

		非常同意	同意	尚可	不同意	非常不同意
5. 您同意店內天花板看起來有	歷史性的·····	<input type="checkbox"/>				
	在地化的·····	<input type="checkbox"/>				
	延續的·····	<input type="checkbox"/>				
	友善的·····	<input type="checkbox"/>				
	老舊的·····	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
6. 您同意店內的燈光照明屬於	歷史性的·····	<input type="checkbox"/>				
	在地化的·····	<input type="checkbox"/>				
	延續的·····	<input type="checkbox"/>				
	友善的·····	<input type="checkbox"/>				
	老舊的·····	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
7. 您同意店內空間的色彩屬於	歷史性的·····	<input type="checkbox"/>				
	在地化的·····	<input type="checkbox"/>				
	延續的·····	<input type="checkbox"/>				
	友善的·····	<input type="checkbox"/>				
	老舊的·····	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
8. 您同意店內空間的氣氛屬於	歷史性的·····	<input type="checkbox"/>				
	在地化的·····	<input type="checkbox"/>				
	延續的·····	<input type="checkbox"/>				
	友善的·····	<input type="checkbox"/>				
	老舊的·····	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				

(請再檢查看看是否有漏填之處，感謝您的費心填答，祝消費愉快！)

嘉義市老屋咖啡廳室內空間意象之研究問卷調查表

親愛的受訪者您好：

這是一份針對 Come Home 咖啡漫步 老屋空間重新使用的空間氣氛調查，希望透過問卷了解您對於老屋空間重新使用空間的看法。您的意見非常寶貴，問卷內容將作為論文研究統計之用，請安心作答。謝謝您的熱情協助！

敬祝消費愉快！

南華大學 環境藝術研究所 研究生 孫渝婷
指導教授 郭建慧

一、基本資料

日期：_____

11. 您的性別：男 女
12. 您的年齡：20歲以下 21~30歲 31~40歲 41~50 51歲以上
13. 您的教育程度：國中(含)以下 高中職 大專院校 研究所
14. 您的專業背景：_____
15. 您的居住地：北部 中部 嘉義縣 嘉義市 南部 其他_____
16. 您最一開始對於老屋的印象是從？
電視、報章雜誌、書籍網路上 自己的老家 類似本店的地方
小時候拜訪的長輩家 戶外參訪 其他_____
17. 請選出您覺得老屋咖啡廳室內空間最重要的三個選項。
桌椅樣式 整體色彩
燈光、照明氣氛 天花板設計
擺設品 地板設計
牆面設計 其他_____
18. 請問您是第幾次到訪本店呢？ 第1次 2~5次 6(含)次以上
19. 您在店內停留的時間？ 30分鐘內 30~60分鐘 60~120分鐘
120分鐘以上
20. 請問您認為本店所屬的色系？ 紅色系 棕色系 橙色系
黃色系 綠色系 藍色系
紫色系 灰色系 黑色系
白色系

(請翻到下一頁繼續填答)

二、空間印象

請評估您對以下空間形容詞的同意程度，在適當的格子裡打勾作答。同意程度分成五種等級，如對於那些形容詞感受強烈，則非常同意，如果沒有則非常不同意。

		非 常 同 意	同 意	尚 可	不 同 意	非 常 不 同 意
9. 您同意店內座位區看起來有	回到家的……	<input type="checkbox"/>				
	安靜的……	<input type="checkbox"/>				
	平靜的……	<input type="checkbox"/>				
	沉穩的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
10. 您同意店內櫃檯區看起來有	回到家的……	<input type="checkbox"/>				
	安靜的……	<input type="checkbox"/>				
	平靜的……	<input type="checkbox"/>				
	沉穩的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
11. 您同意店內的地板看起來有	回到家的……	<input type="checkbox"/>				
	安靜的……	<input type="checkbox"/>				
	平靜的……	<input type="checkbox"/>				
	沉穩的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
12. 您同意店內的牆面看起來有	回到家的……	<input type="checkbox"/>				
	安靜的……	<input type="checkbox"/>				
	平靜的……	<input type="checkbox"/>				
	沉穩的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				

(請翻到下一頁繼續填答)

		非常 同意	同 意	尚 可	不 同 意	非 常 不 同 意
13. 您同意店內天花板看起來有	回到家的……	<input type="checkbox"/>				
	安靜的……	<input type="checkbox"/>				
	平靜的……	<input type="checkbox"/>				
	沉穩的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
14. 您同意店內的燈光明亮屬於	回到家的……	<input type="checkbox"/>				
	安靜的……	<input type="checkbox"/>				
	平靜的……	<input type="checkbox"/>				
	沉穩的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
15. 您同意店內空間的色彩屬於	回到家的……	<input type="checkbox"/>				
	安靜的……	<input type="checkbox"/>				
	平靜的……	<input type="checkbox"/>				
	沉穩的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
16. 您同意店內空間的氣氛屬於	回到家的……	<input type="checkbox"/>				
	安靜的……	<input type="checkbox"/>				
	平靜的……	<input type="checkbox"/>				
	沉穩的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				

(請再檢查看看是否有漏填之處，感謝您的費心填答，祝消費愉快！)

嘉義市老屋咖啡廳室內空間意象之研究問卷調查表

親愛的受訪者您好：

這是一份針對**國王·蝴蝶·秘密基地**老屋空間重新使用的空間氣氛調查，希望透過問卷了解您對於老屋空間重新使用空間的看法。您的意見非常寶貴，問卷內容將作為論文研究統計之用，請安心作答。謝謝您的熱情協助！

敬祝消費愉快！

南華大學 環境藝術研究所 研究生 孫渝婷
指導教授 郭建慧

一、基本資料

日期：_____

21. 您的性別：男 女
22. 您的年齡：20歲以下 21~30歲 31~40歲 41~50 51歲以上
23. 您的教育程度：國中(含)以下 高中職 大專院校 研究所
24. 您的專業背景：_____
25. 您的居住地：北部 中部 嘉義縣 嘉義市 南部 其他_____
26. 您最一開始對於**老屋的印象**是從？
電視、報章雜誌、書籍網路上 自己的老家 類似本店的地方
小時候拜訪的長輩家 戶外參訪 其他_____
27. 請選出您覺得**老屋咖啡廳室內**空間最重要的三個選項。
桌椅樣式 整體色彩
燈光、照明氣氛 天花板設計
擺設品 地板設計
牆面設計 其他_____
28. 請問您是第幾次到訪本店呢？ 第1次 2~5次 6(含)次以上
29. 您在店內停留的時間？ 30分鐘內 30~60分鐘 60~120分鐘
120分鐘以上
30. 請問您認為本店所屬的色系？ 紅色系 棕色系 橙色系
黃色系 綠色系 藍色系
紫色系 灰色系 黑色系
白色系

(請翻到下一頁繼續填答)

二、空間印象

請評估您對以下空間形容詞的同意程度，在適當的格子裡打勾作答。同意程度分成五種等級，如對於那些形容詞感受強烈，則非常同意，如果沒有則非常不同意。

		非 常 同 意	同 意	尚 可	不 同 意	非 常 不 同 意
17. 您同意店內座位區看起來有	可以思考的……	<input type="checkbox"/>				
	緩和的……	<input type="checkbox"/>				
	安心的……	<input type="checkbox"/>				
	放鬆的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
18. 您同意店內櫃檯區看起來有	可以思考的……	<input type="checkbox"/>				
	緩和的……	<input type="checkbox"/>				
	安心的……	<input type="checkbox"/>				
	放鬆的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
19. 您同意店內的地板看起來有	可以思考的……	<input type="checkbox"/>				
	緩和的……	<input type="checkbox"/>				
	安心的……	<input type="checkbox"/>				
	放鬆的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
20. 您同意店內的牆面看起來有	可以思考的……	<input type="checkbox"/>				
	緩和的……	<input type="checkbox"/>				
	安心的……	<input type="checkbox"/>				
	放鬆的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				

(請翻到下一頁繼續填答)

		非常 同意	同 意	尚 可	不 同 意	非 常 不 同 意
21. 您同意店內天花板看起來有	可以思考的……	<input type="checkbox"/>				
	緩和的……	<input type="checkbox"/>				
	安心的……	<input type="checkbox"/>				
	放鬆的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
22. 您同意店內的燈光照明屬於	可以思考的……	<input type="checkbox"/>				
	緩和的……	<input type="checkbox"/>				
	安心的……	<input type="checkbox"/>				
	放鬆的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
23. 您同意店內空間的色彩屬於	可以思考的……	<input type="checkbox"/>				
	緩和的……	<input type="checkbox"/>				
	安心的……	<input type="checkbox"/>				
	放鬆的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
24. 您同意店內空間的氣氛屬於	可以思考的……	<input type="checkbox"/>				
	緩和的……	<input type="checkbox"/>				
	安心的……	<input type="checkbox"/>				
	放鬆的……	<input type="checkbox"/>				
	老舊的……	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				

(請再檢查看看是否有漏填之處，感謝您的費心填答，祝消費愉快！)

嘉義市老屋咖啡廳室內空間意象之研究問卷調查表

親愛的受訪者您好：

這是一份針對芙甜老屋空間重新使用的空間氣氛調查，希望透過問卷了解您對於老屋空間重新使用空間的看法。您的意見非常寶貴，問卷內容將作為論文研究統計之用，請安心作答。謝謝您的熱情協助！

敬祝消費愉快！

南華大學 環境藝術研究所 研究生 孫渝婷
指導教授 郭建慧

一、基本資料

日期：_____

31. 您的性別：男 女
32. 您的年齡：20歲以下 21~30歲 31~40歲 41~50 51歲以上
33. 您的教育程度：國中(含)以下 高中職 大專院校 研究所
34. 您的專業背景：_____
35. 您的居住地：北部 中部 嘉義縣 嘉義市 南部 其他_____
36. 您最一開始對於老屋的印象是從？
電視、報章雜誌、書籍網路上 自己的老家 類似本店的地方
小時候拜訪的長輩家 戶外參訪 其他_____
37. 請選出您覺得老屋咖啡廳室內空間最重要的三個選項。
桌椅樣式 整體色彩
燈光、照明氣氛 天花板設計
擺設品 地板設計
牆面設計 其他_____
38. 請問您是第幾次到訪本店呢？ 第1次 2~5次 6(含)次以上
39. 您在店內停留的時間？ 30分鐘內 30~60分鐘 60~120分鐘
120分鐘以上
40. 請問您認為本店所屬的色系？ 紅色系 棕色系 橙色系
黃色系 綠色系 藍色系
紫色系 灰色系 黑色系
白色系

(請翻到下一頁繼續填答)

二、空間印象

請評估您對以下空間形容詞的同意程度，在適當的格子裡打勾作答。同意程度分成五種等級，如對於那些形容詞感受強烈，則非常同意，如果沒有則非常不同意。

		非 常 同 意	同 意	尚 可	不 同 意	非 常 不 同 意
25. 您同意店內座位區看起來有	溫暖的·····	<input type="checkbox"/>				
	沒有隔閡的·····	<input type="checkbox"/>				
	粗曠的·····	<input type="checkbox"/>				
	奢華的·····	<input type="checkbox"/>				
	鄉村的·····	<input type="checkbox"/>				
	老舊的·····	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
26. 您同意店內櫃檯區看起來有	溫暖的·····	<input type="checkbox"/>				
	沒有隔閡的·····	<input type="checkbox"/>				
	粗曠的·····	<input type="checkbox"/>				
	奢華的·····	<input type="checkbox"/>				
	鄉村的·····	<input type="checkbox"/>				
	老舊的·····	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
27. 您同意店內的地板看起來有	溫暖的·····	<input type="checkbox"/>				
	沒有隔閡的·····	<input type="checkbox"/>				
	粗曠的·····	<input type="checkbox"/>				
	奢華的·····	<input type="checkbox"/>				
	鄉村的·····	<input type="checkbox"/>				
	老舊的·····	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
28. 您同意店內的牆面看起來有	溫暖的·····	<input type="checkbox"/>				
	沒有隔閡的·····	<input type="checkbox"/>				
	粗曠的·····	<input type="checkbox"/>				
	奢華的·····	<input type="checkbox"/>				
	鄉村的·····	<input type="checkbox"/>				
	老舊的·····	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				

(請翻到下一頁繼續填答)

		非常 同意	同 意	尚 可	不 同 意	非 常 不 同 意
29. 您同意店內天花板看起來有	溫暖的·····	<input type="checkbox"/>				
	沒有隔閡的·····	<input type="checkbox"/>				
	粗曠的·····	<input type="checkbox"/>				
	奢華的·····	<input type="checkbox"/>				
	鄉村的·····	<input type="checkbox"/>				
	老舊的·····	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
30. 您同意店內的燈光照明屬於	溫暖的·····	<input type="checkbox"/>				
	沒有隔閡的·····	<input type="checkbox"/>				
	粗曠的·····	<input type="checkbox"/>				
	奢華的·····	<input type="checkbox"/>				
	鄉村的·····	<input type="checkbox"/>				
	老舊的·····	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
31. 您同意店內空間的色彩屬於	溫暖的·····	<input type="checkbox"/>				
	沒有隔閡的·····	<input type="checkbox"/>				
	粗曠的·····	<input type="checkbox"/>				
	奢華的·····	<input type="checkbox"/>				
	鄉村的·····	<input type="checkbox"/>				
	老舊的·····	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				
32. 您同意店內空間的氣氛屬於	溫暖的·····	<input type="checkbox"/>				
	沒有隔閡的·····	<input type="checkbox"/>				
	粗曠的·····	<input type="checkbox"/>				
	奢華的·····	<input type="checkbox"/>				
	鄉村的·····	<input type="checkbox"/>				
	老舊的·····	<input type="checkbox"/>				
	會讓您想起小時候的老屋的	<input type="checkbox"/>				

(請再檢查看看是否有漏填之處，感謝您的費心填答，祝消費愉快！)