

逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：

創意市集推動城市空間活化 - 以台中二十號倉庫創意市集個案為例

作者：蕭慧齡

系級：土地管理研究所

學號：m9406957

開課老師：黃智彥 老師

課程名稱：地方經濟發展

開課系所：土地管理研究所

開課學年：九十五學年度 第一學期

中文摘要

資源管理重要課題之一，就是善用有限資源，讓建物達到其最大使用效益。而二十號倉庫從規劃、設計、營運迄今已有九年的時間，其具體呈現了國內關於閒置空間再利用實施成效。二十號倉庫為一個以藝術進駐為主的藝文空間，政府每年投入經費大力推動，但發展至今其服務定位方面，仍經常受到「小聚藝術創作」與「常民認同參與」二道力量的拉扯，甚至因其設置動線、空間大小與行銷內容等影響，二十號倉庫發展之活絡性已不如初期之高，這樣的結果使得再利用發展的成果是需要省思的，當初發展閒置空間再利用的概念就是為了活化地區，然至今卻又再面臨使用度上的問題。本文欲探究透過來尵創意市集的帶動下，二十號倉庫之空間對於參與民眾而言有何意義，是否創意市集的發展能為空間活化更加推進。

本研究藉由深入訪談的方式來蒐集資料，透過訪談內容了解參與者對於二十號倉庫的認知與來尵創意市集駐入的看法，最後，參與者大多認為，來尵創意市集的駐入，將台中地區的民眾拉進了二十號倉庫，在未來的發展上，是需要透過人群網絡的資訊散佈，以吸引更多的民眾參與意願，而在環境硬體整頓以及規劃也是切要的部分。

關鍵字：創意市集、再利用、二十號倉庫

目 次

壹、前言.....	3
貳、文獻回顧.....	3
參、研究方法.....	10
肆、資料分析.....	11
伍、結論與建議.....	12

壹、前言

資源管理重要課題之一，就是善用有限資源，讓建物達到其最大使用效益。在密集的城市之中，部分空間卻未完善使用，於民國八十四年台北市政府「空間解嚴」概念之下，國內開始推動閒置空間再利用並且實際去操作之，但真正引起大家關注的，則是以民國八十六年由台灣省政府文化處所推動從公賣局舊酒廠變身為華山藝文特區，以及台鐵沿線火車站昔日廢棄倉庫連結成之鐵道藝術網絡，使閒置空間再利用各項方案於近年來在台灣掀起一陣風潮。

透過再利用創意手法的閒置空間，有可能為都市帶來新的活力，為舊建築帶來新的生命，成為激發新的空間設計創意的來源，藉由這樣的過程，同時可活化民間的自主、多樣性，但也可能淪為少數族群試圖佔用社會資源的工具，因此如何讓閒置空間再利用發揮積極正面的功能是值得深思的議題。

而二十號倉庫從規劃、設計、營運迄今已有九年的時間，其具體呈現了國內關於閒置空間再利用實施成效。二十號倉庫為一個以藝術進駐為主的藝文空間，政府每年投入經費大力推動，但發展至今其服務定位方面，仍經常受到「小聚藝術創作」與「常民認同參與」二道力量的拉扯，甚至因其設置動線、空間大小與行銷內容等影響，二十號倉庫發展之活絡性已不如初期之高，這樣的結果使得再利用發展的成果是需要省思的，當初發展閒置空間再利用的概念就是為了活化地區，然至今卻又再面臨使用度上的問題。

「創意市集」這名詞近幾年在台灣各地不斷竄升，現在比較著名的有「敦南誠品創意市集-卡皮箱 SHOW 自己」、「南海藝廊創意市集」、「牯嶺街書香創意市集」、「寶藏巖環墟市集」、「CAMPO 生活藝術狂歡節」、「來尵創意市集」等。創意市集或許在台灣生根的時間很短，但由於其發展程度極快，開始有人研究起這個市場趨勢，甚至「誠品講堂」在 2006 年開了二次關於創意市集的議題，或許這是一個新的發展性。

來尵創意市集是以一個固定地點方式來經營，二十號倉庫之活動籌辦人員企劃此活動，選定每月第四週之星期六來舉辦此項活動，試圖將台中市民拉進這個藝文空間，使得二十號倉庫更為活絡於台中市之中。

綜合前述內容，本文欲探究透過來尵創意市集的帶動下，二十號倉庫之空間對於參與民眾而言有何意義，是否創意市集的發展能為空間活化更加推進。

貳、文獻回顧

一、二十號倉庫

民國八十六年五月台灣省政府文化處成立，在代理處長洪孟啟「服務、開創」的力行哲學帶領下，以均衡國內文化藝術發展，發揚本土文化，輔導建立地方特色為主要工作目標，洪代理處長曾經有派駐在美國的經驗，對美國以藝術重新創

造如舊軍營、舊廠房和空房子等生命的空間再生案例印象深刻。而洪代理處長也在多次公開場合提到早在羅斯福總統推行「新政」(New Deal)時代，曾徵選有潛力的藝術家進入社區內的廢舊空間，從事藝術創作，由政府支付藝術家薪水，藝術家相對地必須從事教學、演講並定期呈現作品，以回饋社區。因此在洪孟啟領導這麼一個充滿活力的新機關之下，開展了學習國外經驗，去尋找有記憶、凝聚地方情感的場所，賦予舊建築新生命的想法。

民國八十六年六月，省文化處委託東海大學劉舜仁副教授、成功大學沈芷蓀副教授進行「藝術家傳習、創作及相關展示場所專家評估」，走訪了中部地區十處公有舊建築，包括霧峰的省教育廳舊廳舍；台灣電影文化城；台中的戰車基地、鐵路貨運倉庫、台糖公司台中營業所倉庫；集集鎮代表會廳舍、市場大樓；二水鐵路貨運倉庫；后里鐵路貨運倉庫；斗南鐵路貨運倉庫。而評選可能設置藝術家工作室地點的原則為：土地與建築物使用權、交通便利、周圍環境、建築物本體價值、建築物轉變為藝術使用之合適性、建築物改建之難易度。

經過評估結果，鐵路倉庫因具有高大、寬敞的空間特性，內部少結構柱，高度都在四米五以上，其空間條件遠超過其他承續歷史的舊空間，相當適合各類型的藝術創作需要，另外車站又是許多人的共同記憶，南來北往的旅客刻畫了許多悲歡離合，此種鄉愁念舊式的場所情懷，相當貼近藝術創作的原動力，因此在民國八十六年十月完成的總結報告中，以鐵道貨運倉庫為最優先地點，並期待透過鐵道「流動的本質」將能串聯發展環狀的網路，在各個城鎮的貨運倉庫設置藝術創作與展示場所，使原本獨立的「點」，利用鐵道串聯得以擴展成「線」乃至「面」狀的「鐵道貨運倉庫再利用-藝術網絡」。依據劉舜仁的藍圖，理想中的藝術網絡，各個點是可以獨立、自由發展其地方特色，卻又因鐵道與其他點結合成一個整體，此就是「網絡」的概念。

各個鐵道貨運倉庫空間有著極大的相似性，於台中火車站後站區，原編號為第 20 至 26 號的貨運倉庫，在該階段評估結論中，被列為鐵道藝術網絡計畫的第一個實驗示範點，希望能「引發大眾注意以及樹立典範，作為其他貨運倉庫修建的原型的意義」。台中站獲選的原因分析如下：

- (一) 台中火車站位於台中市中心，周邊交通便利，對藝術家和參觀者有較高的吸引力與可及性。
- (二) 倉庫位於台中火車站斜對面，旅客往來之間可看到藝術家的創作場所及展覽，將藝術融入日常生活。
- (三) 倉庫空間不與鐵軌緊鄰，前有足夠緩衝空間。
- (四) 空間高度高、面積大，容易規劃利用，且易塑造空間氣氛及場所精神，與社區結合度可能性高。

同時，台中市曾於民國前三年十月二十四日舉辦盛大的縱貫鐵路通車典禮的歷史意涵，亦足見台中市居於南北交通樞紐位置的重要性，也是台中獲選為「鐵道藝術網絡計畫」第一個操作點的重要因素。

該示範點因其鐵路貨運倉庫的原始編號，民國八十七年由規劃團隊與省文化處共同命名為「二十號倉庫-鐵道藝術網絡台中站」，一般簡稱為二十號倉庫。

二十號倉庫的基地範圍約 4400 平方公尺（約 1330 坪），包含台中車站第二十到二十六號倉庫（室內面積約 500 坪），倉庫外有 6 公尺藝術走道，以及自後火車站公共廁所到第二十號倉庫前的戶外廣場。整體空間可以分為五部份：

（一）第二十到二十一號倉庫

- 1、第二十號倉庫：原有倉庫 157 坪，高度 4.5 公尺。區隔為 112 坪主展場、45 坪入口接待空間，另增建 26 坪外掛咖啡廊，可與火車站月台對望。入口處設計為供民眾取得藝術訊息、與藝術家交流、喝咖啡、休憩之區域，此處面積約佔三分之一；後面三分之二是以「通透」、「高挑」，保持倉庫剖面為原則的展場，內部有彈性隔屏，可當作展覽背板，或可收合保持展場大空間範圍使用。
- 2、第二十一號倉庫：小劇場，約 50 坪，可視為第 20 號倉庫之延伸，兩者之間有拉門，平常維持各自獨立狀況，遇有特殊需要，則可將該隔門拉開，使 20、21 號倉庫空間合併使用。小劇場主要供表演活動使用，同時也可供中小型會議使用

（二）第二十二號倉庫：

在省文化處 1998 年租用倉庫前，該倉庫屋頂即已崩塌，故由文化處併同整體空間整建，保留原有牆面，但於範圍內增建為三層樓之鋼構現代建築。

- 1、一樓前段有一高度 4.8 公尺，約 13 坪的藝術家聯合工坊 72，後段則為機電設備室。
- 2、二樓則為第 21 號倉庫（小劇場）之演員準備室，可循樓梯直通小劇場。
- 3、三樓有左右共二間藝術家工作室 73，具有明亮、通風、採光佳之特色，各為有夾層之空間。樓地板面積各約 17 坪，挑高部份之高度為 4.5 公尺（夾層部份 5 坪，高度 2.7 米），配置有衛浴設備、洗手台、置物櫃、基本照明。

（三）第二十三到二十六號倉庫：

做為藝術家工作室使用。總坪數約 308 坪，除二十六號倉庫隔為 4 間外，其餘各隔成 2 間，共 10 間，高度皆為 4.5 公尺，室內坪數介為 28 坪至 36 坪之間，配置有衛浴設備、洗手台、置物櫃、基本照明。

其中二十三號倉庫所隔間而成的 23A、23B 二間工作室，在 2003 年分別改為工坊、小展場，不再供藝術家進駐使用。

(四) 戶外廣場：

為一小型下凹式階梯廣場，有兩底的舞台及簡易燈光設施，供戶外休憩、表演、群眾聚集等用途。

(五) 點子空間：

於 2004 年，利用第二十六號倉庫側前空地整建而成，設有木平台及文建會購置台鐵報廢貨運車廂改裝之展覽場所，由駐站藝術家王振瑋、陳一凡等策展，主要提供給各屆駐站者申請展出。



二、創意市集

創意市集 (Fashion Market) 概念因為王怡穎《創意市集》出書打開知名度。書中引介東倫敦區 Spitalfields's Market 和鄰近的 UP Market，置身老街區、舊建築的市集像是傳統市場加跳蚤市場的綜合體。新興設計師與年輕藝術家的進駐，使當地成為追求個人風格與鮮活氣息的另類時尚流行場所，形成獨特的城市街角文化。

在台灣，較接近倫敦風格的要數台北誠品敦南店外的擺攤族，當中有不少藝術與設計背景的年輕人販售自製、自創的個性衣飾、精品，生成一股定時定點蜷集的體制外生產、消費互動社群。

近兩年在有意識操作下，創意市集衍生出幾種類型 (聯合報，2006)：

第一類為藝文節慶的附屬品，如華山文化園區、台北市立美術館的藝術市集，及台北詩歌節、花蓮太平洋詩歌節的文學市集，雖為活動造勢，凝聚的人氣卻經常反客為主。

第二類為台北南海藝廊連結當地社區封街舉辦的「牯嶺街書香創意市集」，策畫人陳佩潔指出：「我們將市集整體視為是一件眾人集合的開放作品，引介多元的藝術社群，以創意市集這容易親近、高度互動的介面，多層次融入所在的場域。」後起的「寶藏巖環墟市集」也標榜為「藝術、創意、社區的想像體」，更強調歷史聚落保存，結合原有的前衛藝術社群和自然環境特色，發展獨一無二的市集生態。

第三類為從 DJ「mixing」概念出發的「CAMPO 生活藝術狂歡節」創意市集，雜揉音樂影像次文化和前衛藝術，每月第二周末巡迴全台大小廣場。CAMPO 是義大利文「中小型廣場」之意，是文藝復興開始的場地。

第四類為文化企業主辦，如敦南誠品創意市集「一卡皮箱 SHOW 自己」，誠品企畫簡奴如表示，活動發想源於大受歡迎的二十七期誠品講堂「風格·創意·商品化」主題。「一卡皮箱」活動由曲家瑞、蕭青陽等專家及知名設計師篩選出三十個創意攤位，屬菁英式市集。在二十四小時書店人文氣息和東區時尚氛圍烘托下，鋪展另一種市集調性。簡奴如說，市集固定時間、頻次和地點是比較理想的生態。「一卡皮箱」活動攤位租金低廉，使參與的年輕人無太大商業包袱，更能用作品表達想法、做自己。聚集的創意工作者形形色色，有些懷抱創業夢想，對有些人則是「說品牌太沉重」、「說藝術太嚴肅」。

創意市集的迷人之處或許就在這種「商品／作品」、「生活／工作」的灰色地帶，可以是買東西、找靈感、談合作、挖人才、認識朋友、感受活力的好所在。「台灣製造」的「創意市集」仍是進行式；「創意市集」是名詞也是動詞、是問號更是驚嘆號，它的故事才正要開始。

另外，在 2006 年歲末再發啟另一個新興創意市集 - 來尪創意市集。「來尪」是取自法文 La Gare（火車站）的諧音，二十號倉庫期待將每個月第四個週六舉辦的來尪（La Gare）創意市集，發展變成為台中地區手工藝創意者的聚集中心。藉由創意攤位的擺設，讓週末的二十號倉庫成為台中地區民眾不可缺席的景點，由創作者與觀眾的近距離接觸，一般大眾可以了解，原來創意手工創作是那麼的可愛而平易近人，手工創作者也可在二十號倉庫這個鐵道藝術村裡，和當代藝術產生靈感的碰撞，甚至成為溝通的橋樑。

三、再利用

在英文中，對於建築活化再生的字眼相當分歧，一般而言，以「可適性再利用（adaptive reuse）」一詞最能表達舊屋新用之觀念，一般亦簡稱再利用（傅朝鄉，2001）。而李清全（1993）綜合國外各家定義，認為「再利用」乃是建築的生命週期間，改變其原有用途為別種目的之使用；或是重新組構建築物使其原有機能得以延續下來，並在機能與建築物間做出適當調整的一種過程。

夏鑄九（1998）認為古蹟保存最重要的並不是那些技術性的部份，古蹟的再

使用才是與一般人民日常生活最息息相關的課題。古蹟的價值，要讓我們社會的一般人感受到，才有實質的意義，而正好古蹟能震撼人心的特質，就是最值得讓它活化，不只是巍然供之於廟堂，而應結合生活，這就是歐美稱之為「整合性保存」，日本稱之為「活的保存」的精義。

劉銓芝（2004）則以「保存性的開發」來強調以既有的歷史文化特質作為重要的基礎，進行空間的再創造，而此種方式與一般性的開發均具有提高經濟競爭力的目的，但「保存性的開發」更具備文化意義的考量，也就是文化的經濟意義。

從二十世紀下半葉開始，歐美各國人民開始重視空間對於城市經濟復甦、城市吸引力及可居性的重大貢獻。國外空間再利用為藝文空間的案例可得以下經驗：

（一）國家資源運用合作模式

藝術發展與社會群體的關係日益密切，透過政府有遠景的規劃與介入，以活化空間為手段，再實施經濟性商業機制及稅賦減免或優惠配套措施，讓極需社會參與的藝術文化有更多元的發現空間。

（二）展望式的行動模式

空間再利用並無固定模式與作法。為適應每個地點各自不同的條件與機會，再利用的經驗有待各種創意與新作法的開發。新的行動模式並不限制再利用的可能性，主政者只揭櫫再利用的終極價值，至於價值的呈現則提供開放性的詮釋。透過此種模式，除可達成創意激發的結果，亦可同時達成促進民眾主動參與及深入參與的效果。

（三）社會成本與效益的整體考量

空間再利用是社會必然的過程，資源投入的產出層面，不僅在空間本身或文化事物；從整體社會成本與效益的觀點，產出層面涵蓋有產業發展、文化資產、藝術文化創作及建築技術發展等面向。透過整合性觀點，空間再利用在資源投入成本與效益產出的核算上，將獲得更寬廣的詮釋空間與社會支持。

（四）整合性的資料支持系統

建立整合性的資源支持系統，是空間再利用方案成敗的關鍵。無論是再利用方案規劃的操作流程、舊建物的整新、新技術的運用、新議題的設定或新經營管理模式的建立，均是資源的統整與知識的管理。亦惟有透過資源整合的操作模式，方能在有限的社會資源中，建立空間再利用的穩固基礎。

（五）社會公私夥伴關係

以空間再利用作為社會發展的機會與模式，非僅涉及資源運用，亦觸及公益

性與代表性問題，其間承載的權責問題常無法由公部門或私部門單獨承載。由國外再利用案例經驗顯示，以社會夥伴的方式進行公私部門的合作，已是推動空間再利用最有效的方式，在營運管理層面尤能彰顯具體成效。

(六) 多元彈性的誘因機制

為維護歷史建築的保存，各國發展出多元化的政策工具；對空間再利用的發展，建立多元誘因機制，並提供衝突斡旋的調解協助。

(七) 品質協定制度

在歷史過程中積累沈澱的舊空間環境，均具其特定的政治、經濟及社會條件，並在整體社會脈絡中被固結或鎖定。新的發展無論是重新改造或整新修建，均會遭逢自然的制度性衝突及障礙。由國外再利用案例顯示，空間再利用發逐漸演化為社會協商的過程；透過協議可以在確保當前社會品質的條件下，化解可能產生的社會衝突及障礙；將歷史空間的文化能量，透過再利用的共識，轉化為社會發展的力量。

(八) 帶動居民參與社區重建

由各國再利用的案例顯示空間活化使用的規劃是活潑而社區化的，尤其以社區整新的計畫，最能有效帶動居民涵蓋周邊整體環境，住宅興建應符合當地的歷史紋理，透過區域共同簽署更新措施的協定，建構具有在地風貌的新社區。

(九) 保存原有特色的規劃原則

空間再利用方案在外觀形貌的規劃上，應保存空間原始形貌，以彰顯其歷史意義與在地文化特色。再利用方案空間用途的規劃上，應實現藝術教育的意義，專設培植新生代藝術人才的文化空間；對於空間的配置則應著重於複合使用，以藝術文化帶動區域繁榮，並展現在地文化的特色。

(十) 永續經營是空間再利用的高難度挑戰

空間再利用方案的功能定位應力求明確，而藝文空間的營運更應切合社會供需關係。再利用方案的功能若僅偏重於理想性目標，而未能顧及實務面難題，則將難有永續經營的可能；融公私協力與商業概念的經營模式，有助發揮空間最大功能。

另外，由國內相關研究整理得到下列營運策略分析：

(一) 提供誘因以結合民間團體共同參與文化措施

應建立整體性經濟誘因，結合觀光產業與商業經營以推動藝術。而政府補助在表面上雖是直接有效的誘因，但因欠缺後續輔導等配套措施，以致未能彰顯資源效益；對於政府補助持反對觀點者，主張地方意識已臻成熟，各鄉鎮市公所政

府應明定文化業務主辦單位，以利民間基層接洽參與。

(二) 維持永續經營以避免建物再度閒置的營運模式

推動空間再利用的終極目標是永續經營，但檢視國內外再利用案例，顯現再利用的藝文空間若僅專供藝文用途，而未注入市場交易的活水，永續經營將會是不可能的任務。藝術空間維持永續經營的營運模式，應以生活化的概念為基礎，採行結合觀光產業的多元化經營方式，方能真正達到空間的活化目的；亦即藝術空間應結合觀光產業進行多元化經營。另其營運模式應依空間的功能定位與發展潛力而定，可由企業認養藝文空間或訂定創作空間使用規範由藝術家申請使用；而委辦營運計畫應進行期中評鑑，並臚列多年續約條款以激勵營運。

(三) 帶動社區民眾參與文化活動的營運策略

藝文空間帶動民眾參與的策略，首應策劃各具深淺層次且適合民眾參與的通俗性藝文活動，方能提供民眾多元選擇，進而營造社區良好文化氣候。若開放部分空間由社區規劃使用，即可增進民眾與空間的互動；策劃親子藝文活動，可讓藝術同步往下紮根向上成長；藝文活動考量年齡層偏好差異，就能有效擴大藝文人口；建立文化人力資源檔案，將有利藝術教育的多面向推廣；藝術意涵注入觀光產業，則可讓民眾快樂自然地欣賞藝術。

叁、研究方法

本研究藉由深入訪談的方式來蒐集資料，訪談內容以半結構式問項，其分別如下：

- 一、本次是您第一次來二十號倉庫嗎？
- 二、如何得知二十號倉庫？為何到二十號倉庫？
- 三、是否會因為創意市集活動，而增加到二十號倉庫的頻率？
- 四、對於二十號倉庫整體感覺為何？

本研究中共有四個題項。第一題問題，主要是想了解民眾對於二十號倉庫的熟悉程度，二十號倉庫在經過閒置空間再利用發展過後，其原有發展性是否高；第二題問題，主要想了解民眾到二十號倉庫的動機為何，是什麼因素趨使民眾想要到二十號倉庫；第三題問項，主要想了解創意市集是否能為二十號倉庫吸引更多的人潮；第四題問項，主要想了解遊客對於二十號倉庫整體空間感覺為何。

本研究於民國九十五年十二月三十日進行田野調查，以來尙創意市集為調查基地，透過便利抽樣的方式，以深入訪談的方式，訪談了十三位至來尙創意市集參與之民眾，平均訪談時間約五至十分鐘左右，篩選部分回答不完整的受訪者，本研究蒐集之有效樣本為十一位，依據質性研究之文獻建議，應控制受訪者年齡

與性別橫跨各個層面，故本研究蒐集之有效樣本之年齡分布由十七歲到四十六歲左右，男女性別比率則約為四、六比，另外，本研究欲了解二十號倉庫在台中之發展性，因此，研究對象又以居住於台中地區長達十年以上者。調查分析的部分，則是先將訪談資料整理為逐字檔，再透過內容分析進行編碼整理分析。

肆、資料分析

本研究將訪談調查結果經過編碼整理後，發現受訪者共有九位為第一次到二十號倉庫；得知二十號倉庫是多以「親朋好友們介紹」以及「宣傳DM」為主；在十一位有效受訪者皆認為，來尙創意市集的駐入能夠提升民眾想要進入二十號倉庫這個空間的頻率；最後，受訪者皆認為，二十號倉庫給人的感覺是「活動空間狹小」、「地點標示不明」、「地點太隱密」、「展演活動內容過少」、「整體宣傳不夠」、「環境很舒服」、「咖啡廳很棒」、「城市中的市外桃園」、「有再發展空間」等。

一、以第一次到二十號倉庫為多

本次受訪之民眾皆為居住台中地區十年以上者，只有二位曾聽過二十號倉庫，而實際參觀過者只有一人，顯示二十號倉庫在成立後九年之間，其對於台中地區居民是十分陌生，由原本為台鐵沿線火車站昔日廢棄倉庫，經閒置空間再利用規劃後，其帶動成效似乎不如預期。

二、對於二十號倉庫的資訊多來自於「親朋好友們介紹」以及「宣傳DM」為主

在十一位受訪者當中，除了原本已知道二十號倉庫的民眾外，都是因為來尙創意市集活動才會走入這個空間，其資訊來源是由親朋好友介紹以及活動主辦者於街上發放宣傳DM才得知的，顯示二十號倉庫之活動在宣傳通路部分是較為薄弱的，無法在其它媒體訊息或通路上較為廣為宣傳，以致於無法達到更大的人潮湧入。

三、來尙創意市集的參入能吸引更多人潮

於來尙創意市集活動當天，受訪民眾對於來尙創意市集這個活動都十分喜愛，對於活動的舉辦更是保持著歡迎的支持，皆認為來尙創意市集有其發展性，如能再廣為推展，在未來的發展上，必能帶動更多的人潮湧入二十號倉庫這個藝文空間。

四、對於二十號倉庫的整體感覺

由民眾觀點整理而得，負面的評論為「活動空間狹小」、「地點標示不明」、「地點太隱密」、「展演活動內容過少」、「整體宣傳不夠」，主要是以其環境規劃為多，顯示在前期間置空間再利用的規劃上沒有完善考量到空間及標示的問題，關於地點標示問題似乎是需要首先解決的課題，否則無法讓更多民眾發現二十號倉庫的存在。另外，對於二十號倉庫的整體內容而言，民眾是能夠接受的，認為其給人

放鬆的感覺，可以在喧鬧的環境中有一塊安靜的空間。

伍、結論與建議

二十號倉庫結合周邊建築特色，並保留舊建物原有風貌，以延伸鐵道的歷史記憶；但因硬體設施及周邊整體環境並未進行整體改善規劃，較難吸引更多民眾而不易發展。而二十號倉庫發揮提供藝術工作者創作環境的效益，但藝術家進駐創作卻流於形式，明顯浪費藝文空間資源；且僅係提供藝文創作環境，對後續創作產能則未予關注。另外，二十號倉庫藝術空間雖提供民眾參與藝文活動機會，但並未能真正達成有效參與的效益；加以對藝術空間定位的陳義過高，當代藝術難能吸引民眾普遍參與。

民眾認同的參與，才能創造有形無形的「經濟存活」條件，文化、藝術是與經濟效益完全極端的存在，是在不斷的長時段的拖磨、祈願、失敗的實驗教訓中才能開花結果，並不能以最少的努力換來最大的效益，故本質上是非營利的一個領域。1970年代展開的再利用，「經濟存活」(economic viability)的論述在一開始就提供了重要的理論支撐之一，基於所有的空間均為經濟可能發生場所的觀點，透過對那些具有歷史、文化意涵的空間，做合適的機能調適，賦予經濟存活能力。然而國內於藝文空間的再利用案例卻少就經濟、財務或效益的角度來衡量案子的成功與否。

空間起死回生要靠外部的力量，這些力量不僅來自藝術文化，也缺少不了政治、經濟、社會等方面的投入。但是這些經過扶植的活用空間能保有多少的自主性？能有多少獨立生存、自給自足的能耐？此都牽扯到該藝文空間永續發展的基礎條件。

二十號倉庫在政府每年支付租金、經營管理經費，並不時舉辦主題性活動的投入之下，主要服務的對象卻在當代藝術領域的「小眾」，因此在面對民意的檢視上，捉襟見肘就絲毫不足為奇了，因此經營之首要，在於對於空間環境紋理的探究與行銷，靜態動態活動內涵的提昇，以爭取認同，並提高空間價值。

在前述考量下，人的投入、認同及參與就益發顯得重要了，而社區更是人的集合體，因此空間的再利用，在對社區的經營面向，就應該對藝術「孤芳自賞」的比重適度減少，並能夠往常民文化的天平端移動，對「社區誘發」有更深廣的切入，如此才能建立經濟導入的良好契機，支撐日後該空間的使用及發展。

來尙創意市集的駐入，將台中地區的民眾拉進了二十號倉庫，在未來的發展上，是需要透過人群網絡的資訊散佈，以吸引更多的民眾參與意願，而在環境硬體整頓以及規劃也是切要的部分。

參考文獻

1. 曾能汀 (2006), 閒置空間再利用為藝文用途之關鍵成功因素分析 - 以二十號倉庫為例, 國立雲林科技大學文化資產維護研究所碩士論文。
2. 黃水潭 (2002), 台灣閒置空間再利用文化政策評估 - 以台中二十號倉庫藝文空間為例, 私立東海大學公共事務研究所碩士論文。
3. 聯合報 (2006), 擷取自 <http://udn.com/> (1/12/2007)。