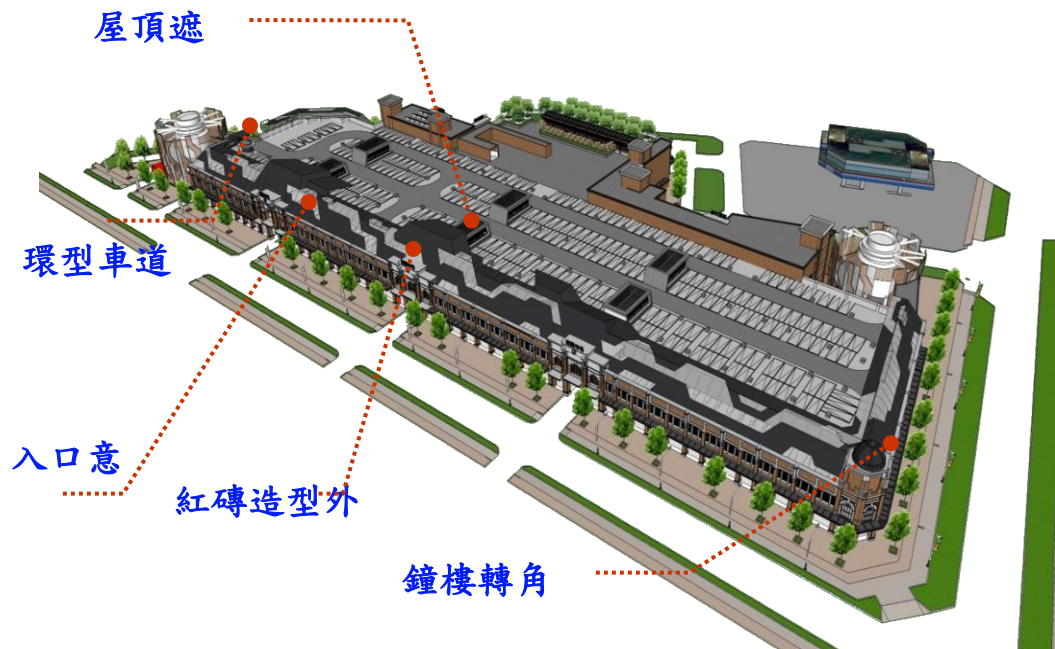


建國市場遷建工程說明

壹、新建國市場簡介

一、為配合火車站前都市更新及鐵路高架化政策，建國市場將遷建至台糖專用區「市 116」市場用地，藉由安全、舒適之休閒購物環境與便利之停車空間，發揮傳統零售市場功能，並配合時代變遷及因應不同族群之需求，跳脫目前零售市場的缺點及不良環境，賦予傳統市場兼具現代化之功能。



新建國市場基地位置
建國市場未來將遷建至台糖購物中心專用區之市116用地
該基地位於臺中市東區建成路與忠孝路口附近



二、市場特色

(一)全國最大公有零售市場：

本案基地面積共 2.23 公頃，總樓地板面積超過 4 萬 8,000 平方公尺，設置攤位數 701 攤，且攤位全部集中在一樓，提升民眾採買購物之便利性。

(二)全國停車位最多之公有零售市場：

本案二、三、四樓皆為停車場，共提供 812 席汽車位(含裝卸車位)、 1018 席機車位(含無障礙車位)。

(三)全國最大之復古式建築物：

本案以臺中市區日治時期街屋為主要建築語彙，並參考巴洛克及文藝復興時期之建物形式，在舊樣式中納入新式材料與現代化構法。

融合 在舊樣式中納入新式材料與現代化構法。



彩鋼折板

採光天花

現代化百葉窗

鋼構雨遮

建構

建構新型態的空間語彙，及綠化建物。



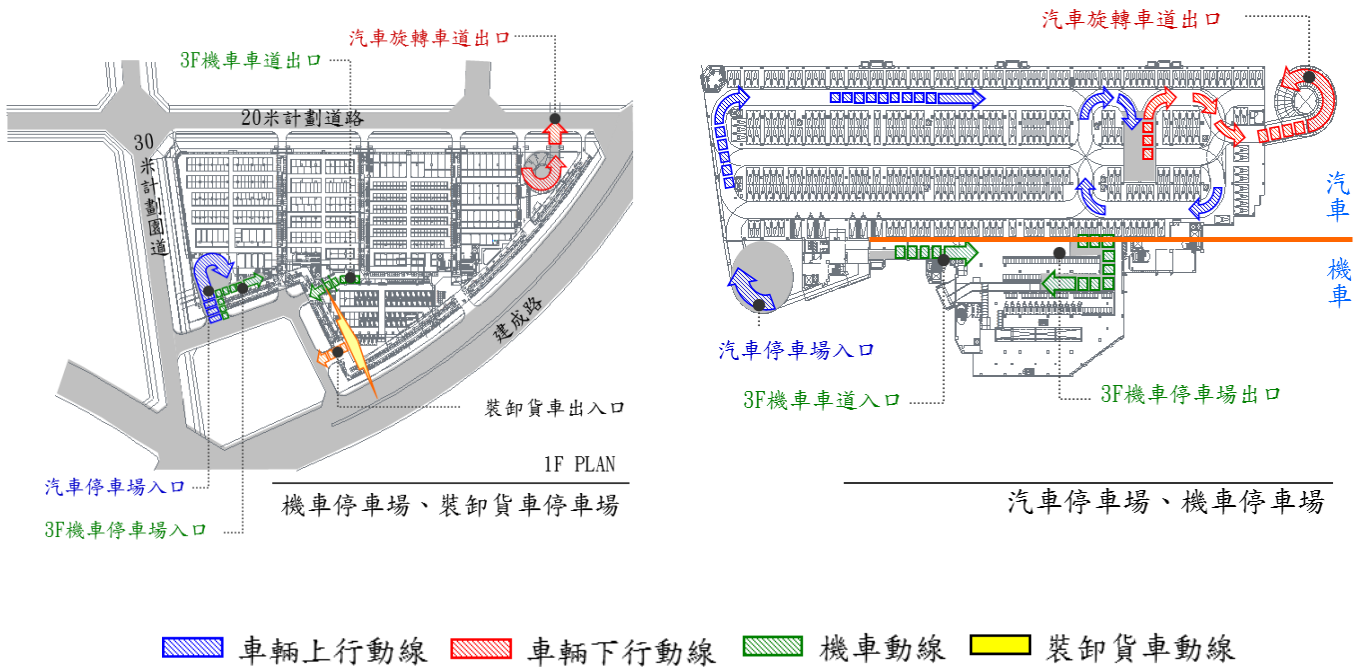
重生

建國市場重新登場



(四) 流暢的行車路線

本市場車輛進出分流且車道採雙進雙出，減少因等候停車或離開停車場造成之交通阻塞，且市場四面臨路，交通四通八達。



(五) 零批商的經營型態

原建國市場攤商經營模式偏向「零批商」形式，因此屬性介於批發市場與零售市場之間，屬中盤商角色。除了在經營模式上與一般零售市場有所差異外，其攤商所面對的消費者族群較多，多了餐廳業者及學校、公司等大量消費者，所提供的服務係屬大量且專業化的販售模式，不同於一般零售市場

貳、帶動區域發展之潛力優勢

新建國市場具備發展觀光市場之各項優勢，進而帶動區域發展。

一、合法性：

市場係屬公有零售市場，依零售市場管理條例，經直轄市或縣（市）主管機關核准之營業場所。

二、吸引力：

新建國市場整棟建築以本市中區日治時期街屋為主要建築語彙，並參考巴洛克及文藝復興時期之建物形式，在舊樣式中納入新式材料與現代化構法，仿古建築饒富文化特色及人文風采，獨特意象入口，有利吸引觀光人潮。



仿古建築獨特意象入口

三、安全性：

流暢的停車空間及行車路線，市場車輛進出分流且車道採雙進雙出，減少交通阻塞，且市場四面臨路，交通四通八達。



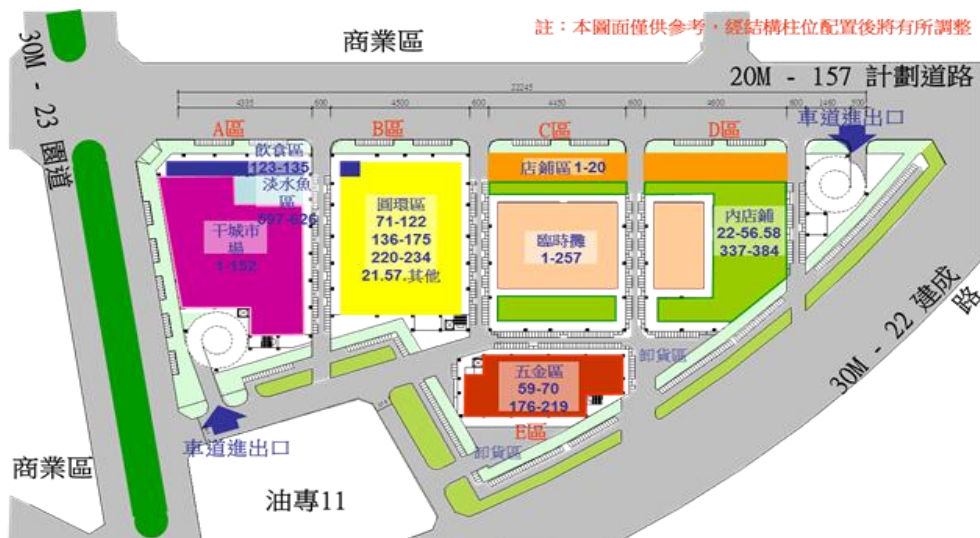
停車場 3D 示意圖

四、連續性：

市場有完整動線規劃，使消費者方便移動，環境動線順暢，容易吸引同一屬性客群自然的集中消費。

五、多樣性：

市場攤鋪位數 711 攤中，除設有五金專區外，另有 10 攤原住民特色區，販售商品種類多樣，具備一次購足便利性，提供大量多元且專業化服務。



建國市場攤鋪位配置圖

六、舒適性：

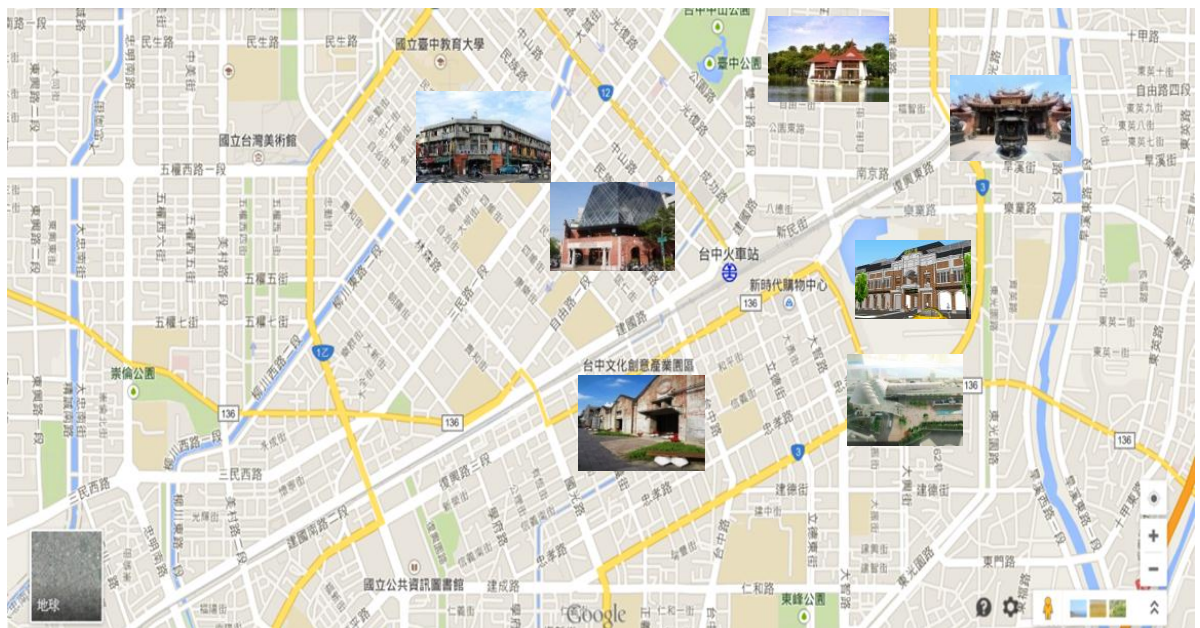
完善公共設施，充足公廁，明亮採光通風，提供消費者優質舒適購物環境。

七、一致性：

市場的招牌、攤架、電燈、指標等設計一致，整齊有序。

八、關聯性：

臨近國家三級古蹟的「樂成宮」建於清朝乾隆五十五年，兩百多年歷史，為地方信仰中心，古色古香的建築風格，宗教信仰與古蹟建築的結合，吸引無數信眾及遊客前來朝聖。「臺中市第二公有零售市場」，具有歷史、文化的都會觀光消費型市場，市場有許多道地的古早味小吃、美食各具特色。「臺中市衛生院-宮原眼科」這棟歷史老建築，由於以懷舊為主題，目前已成為臺中市區超人氣的餐飲觀光據點。周邊景點連結，強化彼此之間的關聯性，有助於市場吸引人潮。另配合市場興建搬遷，「台糖土地活化再利用計畫」，其中包括糖果博物館及商店街等，將提升市場周邊整體區域發展。



建國市場周邊旅遊景點地圖

參、未來之發展規劃

一、短期規劃:穩定市場發展，強化市場功能

(一)強化市場硬體設施：

新建國市場興建仍以傳統零售市場為設計規劃原則，相關觀光市場所必備設施有待增設。短期將強化增加市場製作地面指示導覽路(標)線、導覽圖，使消費者可以清楚明確到達目的地，普設數位影像監視系統並結合 google 3D 全景環繞攝影等，建構有利市場發展觀光市場整體規劃暨硬體設施，進而連結周邊區域之觀光景點及台糖生態園區，帶動周邊發展。



(二)規劃週邊大眾運輸系統：

提升週邊公車系統便利性，並有系統規劃大眾運輸工具將有效整合串聯起鐵路、公車接駁服務，強化地區公共運輸系統，便利區域交通，帶動整體未來觀光發展。

二、中期規劃：提昇市場競爭力、建立標竿示範市場

(一)多元行銷：

行銷傳統市場並提升攤商業績結合平面文宣、主題活動、議題操作等方式，進行傳統市場食材促銷活動，大幅拉抬攤商業績並吸引民眾走入傳統市場。邀請名人推薦代言市場，引發話題並行銷傳統市場，搭配宣傳記者會，透過媒體報導大量曝光，吸引顧客前往市場消費，舉辦市場經營推廣活動，提升經營形象，同時舉辦示範市場及輔導成果展示，俾供各縣市執行傳統市場更新改善之參考，。

(二)創新市場、科技行銷：

增建置市場及攤商資料庫統計報表可隨時維護更新，及了解市場動態、並增設各個網頁瀏覽統計表、建立節慶行銷攤商資料庫、配合年輕消費者需求增設手機版網頁及法規資料庫建置。

三、長期規劃-建構觀光市場模型，帶動區域發展

(一)評估發展之可行性：

統計傳統市場內經營業種類，可結合周邊區域觀光旅遊成為特殊名產、伴手禮占市場比率，評估市場發展觀光市場可行性。俟市場穩定發展，攤商擁有競爭力雙重條件，進而尋求有利市場整體發展之方案。

(二)輔導攤商轉型發展創意商品：

輔導攤商發展創意商品，針對不同族群提供不同服務，擴大客源多樣性。另結合仿古建築營造懷舊意象，形

塑市場獨特性，透過硬體建設與軟體輔導，吸引更多外地消費者前來。

(三) 聯結周邊觀光景點，規劃套裝行程：

周邊觀光資源整合，發展旅遊套裝行程，提供本市與中部觀光景點、餐飲、住宿及建議遊程等摺頁、手冊、雜誌等旅遊資料；並建置線上旅遊資訊電腦網路查詢服務系統，達到資訊 e 化服務的目標。

五、 預期成效目標：

透過建國市場遷建工程作為東區重大建設計畫的先驅，進而改善市容景觀、提昇東區的環境生活品質，也企圖以乾淨明亮的購物環境、便利的停車空間等新穎的市場定位，發展成臺中市休閒購物的新去處，除了帶動地方發展，更能促進臺中市都市行銷，並訂定以下之成效目標：

- (一) 改善市場購物環境：改善傳統市場陰暗、潮濕的環境，提昇民眾採買意願。
- (二) 提供民眾方便採買：提供停車位、參考國內新興市場的設計模式，以滿足其基本的機能需求。
- (三) 提升當地生活品質：傳統市場人車動線混亂、環境髒亂造成治安死角，本案以現代化的規畫方式，讓市場更趨完善。
- (四) 帶動地方發展：本案之規劃除了市場本身外，同時兼顧周遭地區，並帶動地方發展。
- (五) 改變傳統市場的消費習慣：現代市場除了買賣交易功能以外，還提供休憩的空間，供現代人假日休閒的好去處。

肆、目前辦理進度

- 一、本案已於 104 年 8 月 25 日竣工，並於 104 年 9 月 18 開始辦理初驗事宜，現正由廠商改善初驗缺失中。
- 二、有關市場攤商對新市場設施建議處理，本局已辦理下列事項：
 - (一) 104 年 10 月 2 日至 8 日分 5 場次邀請建國市場攤商代表進入新市場參觀，向攤商說明目前已改善完成項目，再次聽取攤商需求。
 - (二) 104 年 12 月 7 日由張副市長主持召開建國市場攤商參觀新市場意見處理情形說明會，邀集關心本議題之民代參與，統一向攤商回復意見辦理情形。
 - (三) 104 年 12 月 22、23、24、30 日本局配合建國市場自治會建議，再次辦理新市場參觀，作為後續攤商凝聚共識新市場意見共識之參考。
 - (四) 本局現正持續評估攤商意見可行性及研擬執行方案，將配合建國市場搬遷整體期程召開說明會，向議員及自治會說明辦理情形。