

投稿類別：人文領域類

篇名：

舊房子，新點子——花蓮文化創意園區的沿革與展望

作者：

李宜鴻。花蓮縣中正國小。5年2班
林家駿。花蓮縣中正國小。5年2班
莊皓宇。花蓮縣中正國小。5年1班
鍾云恩。花蓮縣中正國小。5年1班

指導老師：

王奕璿老師
吳浩瑋老師

壹●前言

花蓮文化創意園區位於花蓮市中心且佔地面積廣，可說是花蓮市的地標，又其建築為日治時期興建的酒工廠，深具歷史價值，近年來政府以此座歷史悠久的古蹟為場域提供許多藝文相關活動及產業發展，在當中投注了大量心力和資源，對花蓮在地居民和外地的觀光客來說，誠屬一可豐富身心涵養的園地。

刻劃著歷史痕跡之建築與譜寫出創意文化之動機的相遇，一古一今，究竟如何使兩者融洽發揮、相輔相成？我們將透過文獻資料的爬梳、政府相關政策規定的閱覽、園區內人員商家的訪談，嘗試整理出其中奧妙，並試圖更進一步思考，能否再增添什麼元素，使花蓮文化創意園區有更好的發展，同時配合對當地人及觀光客之間卷調查，了解不同背景的人是如何看待、盼望這座花蓮市的地標。

貳●正文

一、花蓮文化創意園區的過去（舊酒廠歷史）

（一）起源

大正 2 年（1913）「宜蘭振拓株式會社」在花蓮港街租得土地 1520 坪，成立「花蓮港工場」，進行製酒及賣酒（行政院文化部，【花蓮舊酒廠創意文化園區整體規劃、建築環境暨使用要求調查案】，2005）。

花蓮文化創意園區導覽員吳豐旭大哥（後稱吳大哥）在介紹現為消防蓄水池的大水槽時說：「這在酒廠時期是用來儲存釀酒用水，旁邊那口井裡的水是自中央山脈流至地底的水，水質優良，這也是為何可以在此處釀酒的一大原因。」

（二）沿革

1922 年 3 月日本人為增加在台灣專賣收入，正式於日本議會通過在台灣實施酒類專賣之議案，同年 7 月台灣總督府頒布「台灣酒專賣令」，自此酒類製造及販售轉為官方經營，並徵收民間 12 家規模較大的酒工廠做為預定地，「宜蘭振拓株式會社花蓮港工場」即於 1924 年遭徵收並更名為「台灣總督府專賣局花蓮港支局」（行政院文化部，【花蓮舊酒廠創意文化園區整體規劃、建築環境暨使用要求調查案】，2005）。

1944 年，二次大戰末期，盟軍大肆空襲台灣本島，花蓮酒廠亦無法倖

免，吳大哥帶我們經過一槍堡時說：「日治時期，花蓮酒廠做為一重要經濟來源，所以也會安排士兵在此駐守，二戰時有一日本兵在此對美軍軍機射擊，美軍便下令對酒廠進行轟炸，整座廠房約有三分之二遭到破壞。」

1945 台灣光復後，新政府成立「台灣省專賣局」，花蓮酒廠則至 1946 才完成重建並復工，1947 年「台灣省專賣局」改稱「台灣省專賣局酒業事業有限公司」，花蓮酒廠也改稱「第八酒廠」（行政院文化部，【花蓮舊酒廠創意文化園區整體規劃、建築環境暨使用要求調查案】，2005）。

1951 年，花蓮發生六級大地震，再次重創花蓮酒廠。吳大哥說：「當時倉庫內的酒甕因地震而破裂，酒都流了出來，附近居民都聞酒香而來，不管乾不乾淨，在水溝旁就直接舀酒來喝，此一景象雖難以想像，卻也道出了當時民生仍處於窮困的時代。」在 1957 年時花蓮酒廠再度更名為「台灣省菸酒公賣局花蓮酒廠」。

1960 年後，國人經濟能力提升，酒類的供需失衡，然花蓮酒廠廠區已經飽和，無法增設廠房，亦無法加蓋汗水處理場以解決汗水排放的問題。1980 年，公賣局依「台灣省政府公用財產置產變產作業要點」提出「菸酒增產方案」，之後花蓮酒廠依此計畫，首先申請變更酒廠原址為商業用地，另在美崙工業區購買建廠土地，最後在 1988 年將廠房遷至新廠，結束了舊花蓮酒廠六十多年的製酒歷史（行政院文化部，【花蓮舊酒廠創意文化園區整體規劃、建築環境暨使用要求調查案】，2005）。

（三）遷廠後

遷廠後，舊酒廠僅剩配銷所仍有使用，其餘土地閒置將近十五年。直至 2002 年登錄為花蓮縣歷史建築，並配合行政院「挑戰 2008：國家發展重點計畫」開始整理規劃成創意文化園區。

二、花蓮文化創意園區的近況

（一）起源

為了國家經濟的發展，2002 年 5 月間行政院提出了「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，針對台灣已不再是工業大國，亟需創造台灣經濟成長之新機。當中的「文化創意產業發展計畫」，便是針對隨著在時代壓力下，為了尋求心靈上的慰藉，全球皆開始重視藝術創作之設計之趨勢，希望以創意產業結合文化元素發展出一新經濟命脈。

為了文化創意產業的發展，在計畫中即提出設置文創園區的想法，以利提供文創發展之空間並活化產業遺址，在具有歷史意義之建築中發展文創此種新興產業，企盼能激盪出絢麗的火花！而花蓮舊酒廠即是五大文創園區基地之一，文建會並於2006年提出「變更花蓮都市計畫(歷史風貌公園用地(二)為創意文化專用區)書」，著手進行整修。

「目前的花蓮文化創意園區是由私人的新開公司於2012年開始營運，並且將園區定位為『文化藝術產業與觀光結合之場域』，整合花蓮豐沛的人文和自然觀光條件，推動文化觀光產業及創意生活產業」（麥浩斯，2014）。

（二）園區現況

根據研究者的實際訪查，園區內有 26 棟廠房，但目前僅開放部分廠房，規劃為 1.Andante 韻味餐廳 2.Arrow Tree 3.當代生活選品概念店 4.事事創藝空間 5.彼得公雞異國輕食館 6.當代多元展覽館 7.展覽館 8.酒文化體驗館 9.La Seine 音樂展演空間 10.育成/客服中心 11.乙皮畫廊 12.複合式休憩中心 13.Andante 安棠德木屋。其餘的廠房將於未來陸續開放，預計在明年會將園區內的空間達到使用率百分之百。

因為該園區為私人營運空間，因此街頭藝人表演，或是關於藝術攤販的擺設，園區會收取適當的清潔費。基於花蓮創意文化園區的前身為花蓮廠，園區內設有預約導覽的服務，貼心的導覽人員會為遊客解說酒廠的歷史，讓大家對於該園區過去的歷史故事有更深一層的認識。

（三）園區顧客問卷調查之結果

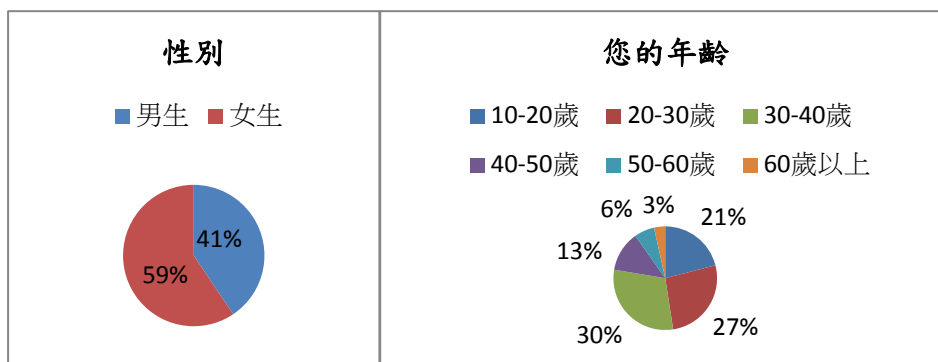
在花蓮創意文化園區內，除了在那工作及服務的人員外，有許多的遊客或是在地人走訪，再加上園區每個月都會有不同的主題，今年十月份之主題為「單車背包節」，因此研究者把握機會，於假日期間，人潮較多之時段，進行問卷的發放，簡單探討外地遊客或是在地花蓮人對於創意文化園區的看法。以下為研究者統計之圖表：

1、性別

來到花蓮創意文化園區的性別比例，女性多於男性。如圖一。

2、年齡

此次問卷年齡以每十歲為一個單位，分別為 10~20 歲、20~30 歲、30~40 歲、40~50 歲、50~60 歲，以及 60 歲以上。根據問卷分析之結果，發現來到花蓮創意文化園區的年齡層以青壯年居多，高年齡層之比率居少。如圖二。



圖一

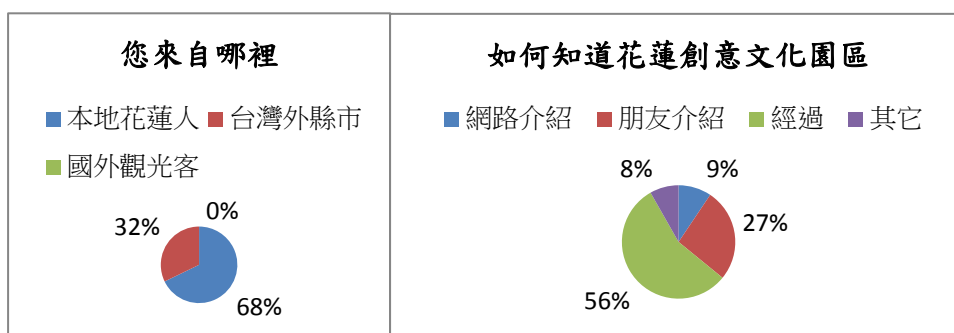
圖二

3、來自哪裡

問卷將來到花蓮創意文化園區的客源分為本地花蓮人、台灣外縣市，以及國外的觀光客。研究發現，客源以花蓮在地人居多，台灣外縣市居二。礙於研究者的能力以及國外觀光客無法填寫問卷之因素，我們蒐集到的問卷，國外觀光客的數量是零，但園區內仍可見外國人之身影。如圖三。

4、如何知道花蓮創意文化園區

根據問卷分析顯示，大部分的人會知道花蓮創意文化園區，是經由本身路過而知的，再來為朋友介紹，網路介紹的比例極低。如圖四。



圖三

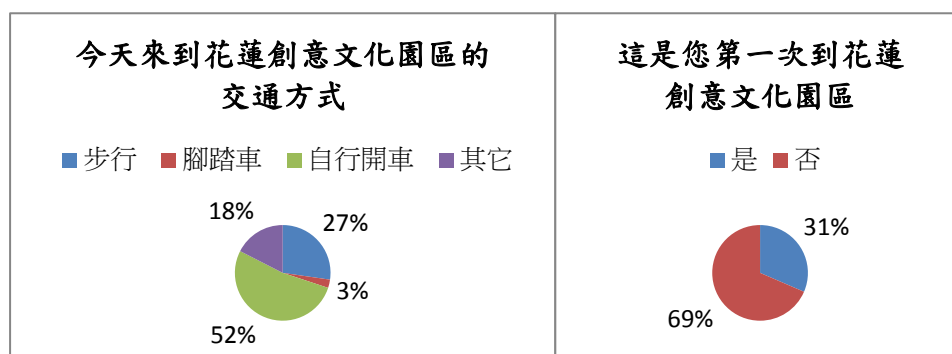
圖四

5、今天來到花蓮創意文化園區的交通方式

來到花蓮創意文化園區之客源以花蓮本地人居多（見圖三），因此自行開車以及步行者居多，步行佔了將近三成，此與園區位於市中心有高度關係。在問卷者中，研究者發現，有少部分的外地觀光客是以搭乘公車的方式來到花蓮創意文化園區。如圖五。

6、這是您第一次到花蓮創意文化園區

大部分的遊客已不是第一次來到花蓮創意文化園區，但第一次到訪之遊客也不算少，所以知道花蓮文創園區的人數仍在成長。如圖六。



圖五

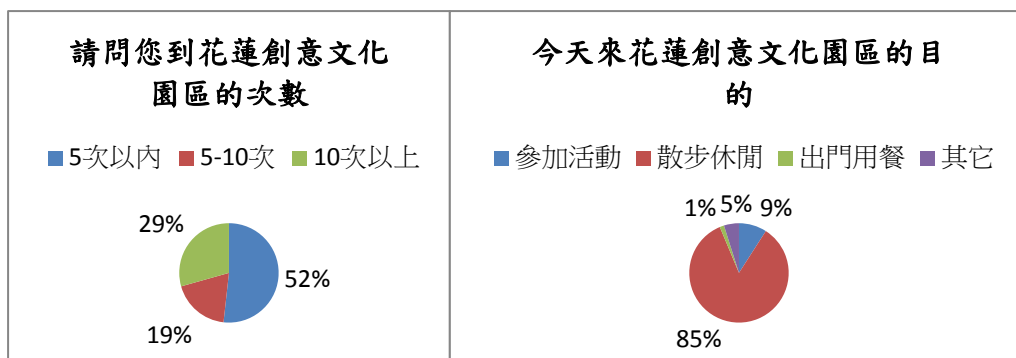
圖六

7、請問您到花蓮創意文化園區的次數

半數以上的遊客來到花蓮創意文化園區的次數為五次以內，而根據圖三的結果，研究者發現，來到花蓮創意文化園區次數十次以上之比例幾乎占了快三分之一。如圖七。

8、今天來花蓮創意文化園區的目的

在圈區內填寫問卷之遊客，幾乎都是來花蓮創意文化園區進行散步休閒，其餘為參加活動及出門用餐。少部分為在園區內工作之服務人員。如圖八。



圖七

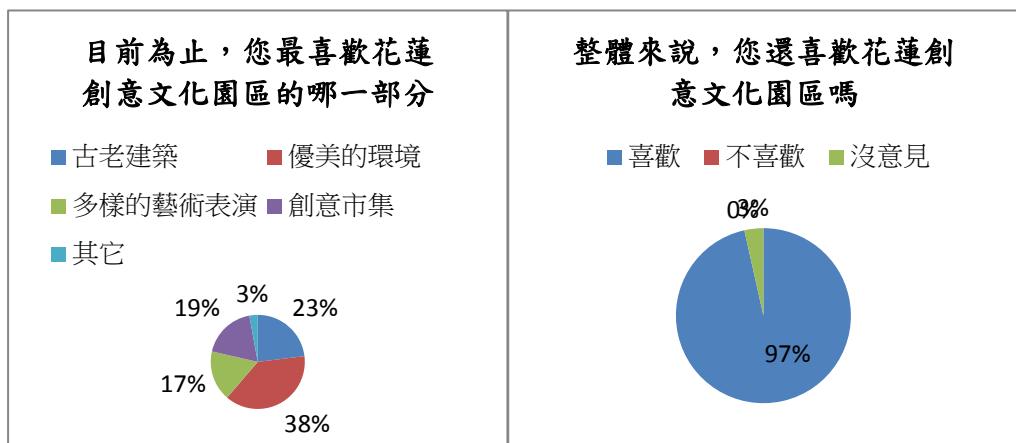
圖八

9、目前為止，您最喜歡花蓮創意文化園區的哪一部分

大部分的遊客皆喜歡園區內優美的環境，對於園區內的建築、藝術以及創意市集，喜歡的比例則相當。如圖九。

10、整體來說，您還喜歡花蓮創意文化園區嗎

幾乎來到花蓮創意文化園區的人都喜歡這裡，不過仍有少數的觀光客不喜歡，基於此次問卷採封閉式之問卷，因此無法明確了解到遊客喜歡與不喜歡的因素。如圖十。

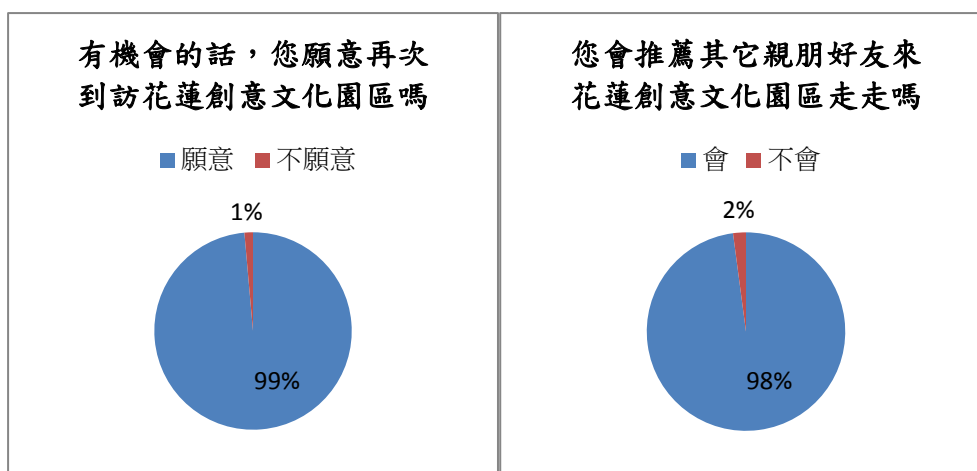


圖九

圖十

11、有機會的話，您願意再次到訪花蓮創意文化園區嗎

大部分的遊客都願意再次來到花蓮創意文化園區，並且願意向其他親朋好友推薦來到這裡。如圖十一及圖十二。



圖十一

圖十二

三、花蓮創意文化園區的未來展望

(一) 遊客問卷調查之分析

根據問卷調查之數據結果，我們可以給花蓮文化创意園區以下幾點建議：

- 1、依圖二，20~50歲之青壯年人口佔了七成，50歲以上則不到10%，研究者認為應可辦理一些銀髮族有興趣之展演，甚至可與照護老人之機構合作。
- 2、依圖三，園區內國外觀光客較少，又圖四中可知透過網路知道花蓮文化创意園區的人不到10%。研究者認為國外旅客來花蓮前多會先藉由網路查詢花蓮知名景點，由「園區內國外遊客數量少」、「園區內大多數遊客都不是經由網路得知」這兩點，我們認為其網路宣傳之部分仍有可改善空間。
- 3、研究者建議可與旅行團合作，以增加國外觀光客數量。
- 4、依圖八可見八成以上的遊客都是以散步休閒為目的，或許因為問卷發放時間並非用餐時段，故以用餐為目的者極少，然單純為了活動而來的遊客亦不到10%，或許是宣傳上需要檢討，不過在活動上可能也要能更吸引大眾。
- 5、依圖九，喜歡環境與建築的遊客佔了六成，顯示在文創產業發展這部分或許還不是最能吸引遊客的。花蓮文創園區做為一文創產業之場域，或許可以辦理多一些文創相關講座，針對園區內文創市集和

展演之導覽介紹也可以再豐富宣傳，避免文化創意最後仍是少部分人在欣賞。

另根據問卷中大眾對於花蓮創意文化園區的期許或建議，經研究者的整理分析如下：

- 1、增加親子互動的地方，以及親子餐廳。
- 2、有系統的擴大規畫停車場及停車位。
- 3、園區內的建築、裝置藝術可以更豐富，甚至於假日和平日都安排更多的活動，讓民眾以及平日來到園區的觀光客可以參與。
- 4、提供介紹園區導覽之服務。
- 5、加裝垃圾桶。

根據上述整理出大眾對於園區的建議及期許，研究者發現，大眾對於園區仍有很高的期待，希望園區可以再更進一步的增加園區內的藝術裝置。有許多遊客提出導覽的想法，這部分其實目前園區是有提供的，但是，是採線上預約制，因此對於許多較年長的人，就無法知道此資訊。

（二）與其他文創園區之比較

根據「挑戰2008：國家發展重點計畫」，台灣目前有五大文化創意園區，分別為台北華山文化創意園區、台中文化創意園區、嘉義文化創意園區、台南創意文化園區以及花蓮文化創意園區。研究者將期五大園區之全名及定位整理如以下表格：

另依文建會（文化部前身）於2009年所提出的「文化創意產業發展（第二期）修正計畫97—102年」的其中一項子計畫中，規劃了五大文創園區之定位及發展方向，研究者整理如下表：

表一

園區	定位及發展方向
華山文化創意園區	文化創意產業、跨界藝術展現與生活美學風格塑造
台中文化創意園區	台灣建築·設計與藝術展演中心
花蓮文化創意園區	文化藝術產業與觀光結合之實驗場域

嘉義文化創意園區	嘉義傳統藝術創新中心
台南文化創意園區	台南創意生活媒體中心

研究者依上表及其子計畫之內容，將花蓮文化創意園區與另四座園區做比較，在此有兩點想法提出：

- 1、 辦理國際性活動、與國外文創產業相關團體或品牌交流：雖說花蓮地處偏遠，只能偶爾舉辦一些國際性的活動，不像台北或台中比較能常辦些與國外交流之展演活動或講座、研討會，不過既然花蓮創意文化園區定位為「文化藝術產業與觀光結合之實驗場域」，若能盡量邀請，將本地文化藝術與國外相同或相似的文化相輔，相信更能交織出美麗的成果。像是若舉辦海洋音樂季，可嘗試邀請一些有相關風俗民情的海島國家的團體共襄盛舉。
- 2、 與大專院校之合作：台南創意文化園區在發展計畫中有一項是動漫產業，而當地的南臺科技大學於2013年成立了「動漫遊戲原創與應用中心」，藉著大專院校之相關研究中心來發展經營，勢必能有相當之成績。花蓮文化創意園區既然以觀光為重要的發展方向，則應該多與大專院校之相關科系或研究中心合作，例如臺灣觀光學院，或是國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系，若能將地方資源與大專院校的研究資源結合，相信能有更精彩的成效。

參●結論

(一) 結論

根據研究者對花蓮文化創意產業園區的相關資料蒐集與探討，以及實地的訪查，再透過問卷蒐集欲探討之問題，可以得出以下幾點結論：

1、拓展宣傳方式

在資訊時代下，文創園區應拓展各種不同之宣傳方式，例如，網路行銷，打卡活動、與在地民宿或餐廳合作…等，以吸引更多遊客或當地民眾來參與每一項活動，或是將美好的生活環境分享給大眾。

2、回饋在地學生

園區內有許多適合展覽藝術作品以及創作表演之空間，目前園方有提供

場地租借，甚至對學生有特別的使用機制。但研究者認為，園區可與花蓮在地大專院校，甚至是中小學合作，發展長期藝術合作計畫，提供適宜的場地空間給花蓮的學生發揮與表現。

3、建立接駁專車

花蓮文化創意園區位於花蓮市中心，交通便利，但對於外地觀光客來說，仍需租車或搭車才能到達。研究者認為，園方可以在假日或是舉辦大型活動時，提供接駁專車給大眾搭乘，不僅可以減少民眾對於停車的困擾，更可以增加及吸引更多的遊客前往。

(二) 建議

此次研究礙於交通的部分，研究者無法實地走訪台灣五個文化創意產業園區，除了花蓮文化創意園區的資料為第一手資料外，其餘皆為二手資料。因此，建議未來的研究者，可以實際到各園區內訪查，取得第一手資料，方能將各個園區之優缺點、發展現況、以及未來發展做一詳細比較。成為花蓮文化創意產業園區未來發展之參考依據。

肆●引註資料

行政院文化建設委員會（2009）。文化創意產業發展（第二期）修正計畫 97-102 年。

行政院文化建設委員會（2005）。花蓮舊酒廠創意文化園區整體規劃、建築環境暨使用要求調查案。

行政院國家發展委員會（2005）。挑戰2008：國家發展重點計畫（2002-2007）。

行政院文化建設委員會（2008）。變更花蓮都市計畫(歷史風貌公園用地(二)為創意文化專用區)書。

陳明億（2007）。花蓮舊酒廠創意文化園區生成過程之研究。國立花蓮教育大學鄉土文化研究所。

麥浩斯（2014年10月）。台灣文化與創意產業100。La Vie，126，180。