

# 藝術群聚外部性之研究— 以臺南市神農街發展經驗為例

葉晉嘉、謝佳琳

## 摘要

本研究以臺南市神農街作為研究範圍，透過訪談法歸納意見，分析藝術工作者進駐到街區內所產生的藝術群聚現象，探究群聚的因素、形成和發展過程，以及群聚帶來的外部性，並分析這些外部性對於不同成員的影響，及其社會網絡之間的互動應對方式。本研究發現初期吸引藝術群聚發展為租金低廉與創意氛圍為主要原因，其次是因為知名度提升與商業模式多樣化，然而隨著環境改善與政策行銷地促使之下，吸引大量遊客前來，使得租金上漲等擁擠成本出現，干擾居民與藝術工作者，商業活動強度的增加也排擠了藝術活動。社區成員之間互動程度有限，對政府信任感低，內部資源不易整合，是未來發展的威脅。

**關鍵詞：**藝術群聚、創意氛圍、社會網絡、外部性、藝術工作者

---

本論文係科技部計畫MOST-102-2410-H-153-009 部分之研究成果。

葉晉嘉：國立屏東大學文化創意產業學系副教授。

E-mail:scorpio.ball@msa.hinet.net.

謝佳琳：國立高雄應用科技大學文化創意產業學系碩士。

## Externality of Art Cluster: A Case Study of Shen-None Street in Tainan City

Yeh, Chin-Chia 、Hsieh, Chia-Lin

### Abstract

The area of this study is to Shen-None Street, Tainan. The research summarized their views and analysis creative cluster by interviews. Purpose of the study is to explore the factors that cluster formation process, and clustering bring externalities. It is important to understand the impact of externalities for members. We found that the early development of interesting artistic clustering low rents and creative atmosphere as the main reason. Secondly, because the visibility and enhance the diversity of business models. However, environmental improvement and policies marketing to attract large numbers of tourists to come, so that rents and rising congestion costs appear interfere residents and creative workers. At the same time, business activity increased strength also crowded out artistic activities. Limited degree of interaction between members of the community, a sense of low trust in government, the integration of internal resources is not easy, because these three threats to the future development of Shen-None Street.

**Keywords:** Art Culster, Creative Milieu, Social Networks, Externality, Art Worker

---

This paper is one of the research results of MOST-102-2410-H-153-009.

Yeh, Chin-Chia: Associate Professor, Department of Cultural and Creative Industries, National Pingtung University. E-mail: scorpio.ball@msa.hinet.net.

Hsieh, Chia-Lin: Master, Department of Cultural and Creative Industries, National Kaohsiung University

## 壹、緒論

### 一、研究背景與動機

神農街（舊稱北勢街）位於臺南市中西區，處於金華路、民族路、海安路和民權路間，在民國92年所公告的「變更臺南市主要計畫（第四次通盤檢討）案」中屬於商業區（容積率為320%、建蔽率為80%）。自清代河道淤積成陸地，神農街成為重要的運輸通道，隨著都市發展附近道路逐漸興闢，神農街從西側水仙宮起至東側的藥王廟之間受康樂街、海安路分為三截。由於並非都市計畫道路，路幅寬度不一，水仙宮市場至海安路的路段由於面臨市場，寬度約2至3米左右，僅作為市場出入使用；海安路至康樂街的路段寬度約4.3到5米之間；康樂街至藥王廟之間的路段較寬，約有4.5到5.4米。其中海安路到康樂街區段的神農街保留較多舊時的長條型街屋，大部分的創意產業聚集在此段落。

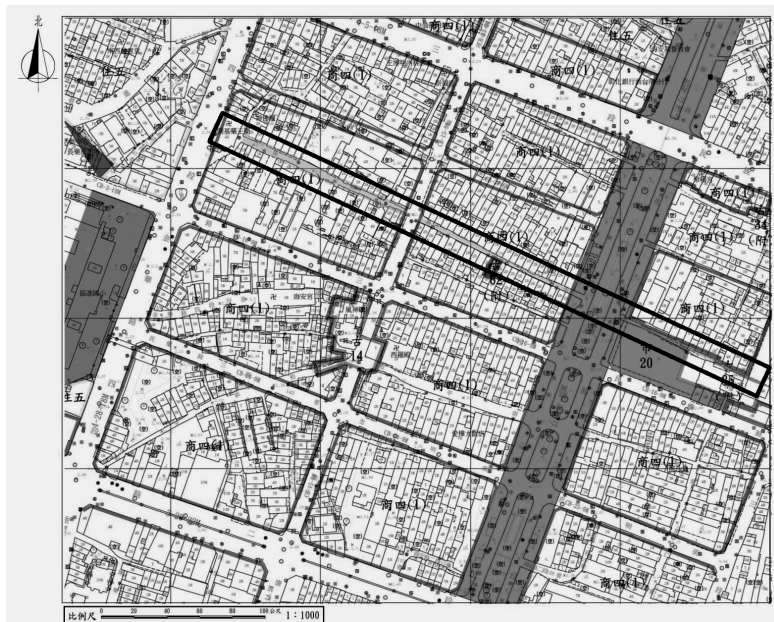


圖1 神農街與周邊地形圖

資料來源：臺南市政府都市發展局

現今臺南市政府設置的「五條港歷史文化園區」，其地點舊稱為五條港，範圍約略是成功路以南、新美街以西、南至中正路一帶（詳見圖2），是臺江陸化所產生的河道。因神農街昔日位於南勢港以北、佛頭港以南，直接可至三郊的總部水仙宮（現位於水仙宮市場內），也是五條港區保留較完整的老街區。與神農街相交的海安路，過去曾經是相當繁華的中心街區，1992年參考當時日本各地興建地下商場的計畫，於1993年開始執行拓寬任務，但計畫之初遭受到各界文史團體、成大師生、在地居民的強烈反對與抗爭。然海安路的地下街與停車場計畫仍如期執行，逐步拆除民房、商家，許多建物因此被拆除或削去大半，多數住戶領取拆遷補償金選擇搬遷另覓新居（王士明，2008）。工程進行中由於不斷有地下泉水湧出，導致坍塌的意外；加上人爲的工程弊端等原因使得進度落後，新路段橫向劃過原有住宅區，道路兩側留下多處斷垣殘壁與零碎空間。使得昔日有「不夜城」之稱的海安路，因長達十年施工封閉，造成商圈嚴重衰退（陳博旭，2007）。2004年在藝術策展人杜昭賢的建議下，嘗試以公共藝術的手法，用藝術介入街道策略美化街景，由「臺南市二十一世紀都市發展協會」的開始執行計畫（王士明，2008），利用街道美術館的精神，成功改造海安路的街道形象。

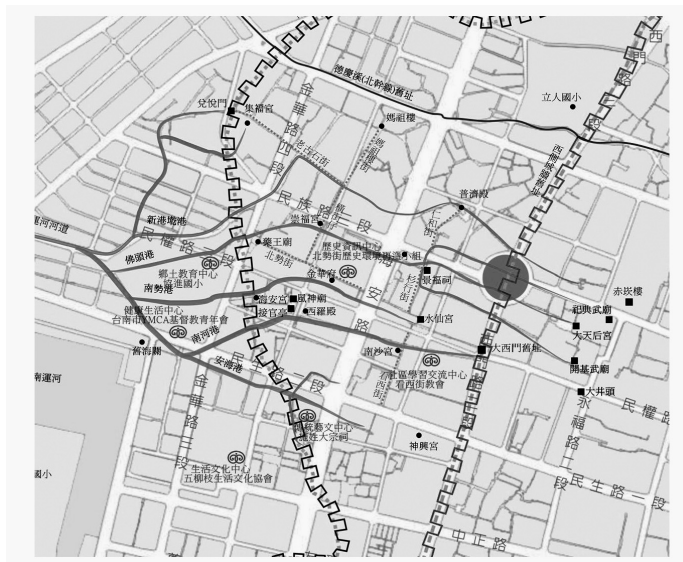


圖2 五條港範圍示意圖

資料來源：五條港發展協會，

<http://sixstar.moc.gov.tw/blog/rivers5/mapGuideAction.do?method=doCommunityMap>

臺南老屋保留下來的「街屋」的以光復前後時期最多，此時期傳統街屋的空間型態為縱身深，具有天井，樓層多為二層，進落明確，結構為磚、木為主；日治時期至光復初期的街屋則以RC或加強磚造為主，且多具有「騎樓（亭仔腳）」，天井的空間特色明顯（古都保存再生文教基金會，2011）。1993年當地開始出現部分小規模的群聚現象，神農街保存了一部分傳統老街道和舊店舖，1999年至2001年3月，透過當地文史工作者、專家學者的合作，藉由神農街道路景觀以及幾棟老舊街屋著手裝置藝術的展示，讓在地的居民開始接觸社區營造，神農街舊建築景觀被選為營造作為開端，盼喚起街民對於自我生活環境價值的意識，為凝聚街民的共識而成立「北勢街歷史環境再造工作小組」。神農街的街道景觀改善工程以公部門行政系統處理招標、設計、施工等程序，工作小組為公部門施工單位與居民間協調互動的角色。1999年至2005年間民間的行動者運用「文化」工具介入神農街與海安路社區，進行歷史襲產（cultural heritage）與文化的保存（黃微容，2014）。接著以藝術造街促使景觀殘破的海安路重生且成功復甦；早期參與神農街歷史空間改造者，改為非營利組織身分（臺南市文化協會與五條港發展協會）進駐神農街，又加上受海安路藝術吸引的年輕藝術工作者進駐。藝術造街的海安路街道，被視為一種全新的思考方向，改變了場域的氛圍及觀感，閒置空間、歷史建築和藝術結合，吸引文創設計／藝術工作室以及餐飲、觀光相關產業進駐。

街牆藝術出發改變了住戶與民衆對場域的氛圍及觀感，許多藝術工作者對此區產生高度興趣（杜昭賢，2012），更因為道路拓寬造成許多畸零地建物空間無法居住和營業，原住戶選擇低價出售、出租，租金便宜、街屋特色與周邊的藝術氛圍契機下吸引了新興藝術工作者進駐。仍留在神農街的居民多數都已住了好幾代，大部分是因為孩子成家後相繼搬離老宅，他們則習慣原本的生活環境與鄰居而留下來，鄰近水仙市場，生活機能還是相當方便。不論文史工作者或藝術工作者到後來的創意產業，彼此交流、互動，促成發展的環境，再加上原有的傳統宗教藝術，融合、交織多元出獨具特色的神農街藝術群聚。2007年藝術造街進入第四階段，不僅打開知名度，吸引更多藝術大學學生、新藝術工作者加入與參觀，加上古都保存再生文教基金會於2008年開始推動老屋欣力計畫，透過民間的力量將老屋改建經營，喚起了社會大眾對老房子的關心。其

中在神農街也進行了幾處改造案例，包括五七藝術工作室（以下稱五七）、76當代實驗空間+黑蝸牛工作室（以下稱76）與太古，這幾處地點逐漸成為大家聚會地點，也更藉由口耳相傳，替空間打開知名度，招收會員，吸引媒體的注意，漸漸成為南部重要的藝術群聚地點。

表1 神農街重要計畫一覽表

| 年代   | 事件與計畫                                             | 說明                                                                           |
|------|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| 1993 | 海安路地下街施工                                          |                                                                              |
| 1998 | 古都保存再生文教基金會成立                                     |                                                                              |
| 1999 | 臺灣府開臺港街再造-歷史性街道神農街再造工程                            | 經費來源為內政部創造城鄉新風貌計畫，主要為鋪設石板工程。                                                 |
| 1999 | 臺南市歷史空間再生工作計畫                                     | 由赤崁文史工作室推動，後於2004年改組為「臺南市文化協會」，計畫於2002年完成。                                   |
| 2000 | 臺南市社區總體營造活動計畫-以北勢里及其周邊區域為例                        | 成立「北勢街歷史區域環境再造工作小組」，並藉由「五條港成年禮」活動提供在地團體共事的機會，藉以培養合作默契，營造共識。經費來源為文建會社區營造經費補助。 |
| 2001 | 神農街道路景觀工程改善計畫                                     | 經費來源為內政部擴大內需方案。                                                              |
| 2001 | 臺南市重要古蹟（神農街、大東門城、大南門城、五妃街、延平郡王祠）歷史空間再造及夜間照明工程美化計畫 | 內政部營建署城鄉景觀新風貌計畫中編列，主要用於神農街示範街屋整建。                                            |
| 2002 | 海安路通車                                             |                                                                              |
| 2003 | 五條港發展協會成立                                         |                                                                              |
| 2004 | 臺南市文化協會成立                                         |                                                                              |
| 2004 | 海安路藝術造街                                           | 2004年完成第一期與第二期，2005年完成第三期，2007年完成第四期，2011年完成第五期。                             |
| 2004 | 臺南市五條港歷史區域再生計畫                                    | 經費來源為新故鄉社區營造計畫                                                               |
| 2005 | 臺南市市定古蹟金華府調查研究與修復計畫                               | 由臺南市政府文化局委託                                                                  |
| 2008 | 老屋欣力                                              | 2008年舉辦第一屆，2010年舉辦第二屆。                                                       |

|                      |                                                              |
|----------------------|--------------------------------------------------------------|
| 2011 臺南市歷史空間再造調查研究計畫 | 由古都基金會受國家文化藝術基金會委託執行研究。                                      |
| 2011 神農街花燈水仙展        | 臺南市文化協會與大億麗緻酒店合作，自2011-2014連續四年於神農街辦理，每年均不同，2015年以後移到孔廟文化園區。 |

資料來源：本研究整理

## 二、研究目的

神農街藝術群聚的現象，吸引藝術工作者進駐，商業活動增加，也影響了居民的生活及周邊的發展，這些影響包括了有助於環境品質改善的正外部性，亦有不良的影響如噪音與擁擠等伴隨而來的負外部性。爲了進一步探究神農街發展過程中，因爲群聚效應所產生的外部性及地方對外部性的因應之道，並分析內部成員之間的互動關係，歸納神農街經驗並達成下列三項研究目的：

### (一) 了解影響藝術工作者進駐之原因

傳統群聚的原因相當多，本研究將藝術工作者進駐的原因概分爲兩項種類，其中一項是受到政策資源的誘因影響而群聚於特定地點，另一種群聚可能代表著藝術創作者的競租能力較低，導致群聚在租金低廉或者閒置空間，藝術群聚的現象可能是社會網絡、環境包容性、創意氛圍等多項條件促成，本研究梳理神農街經驗，對照是否存在相同的要素，或者另有其他原因。

### (二) 分析藝術群聚所產生網絡關係

藝術群聚發展的過程中所關聯的利害關係人，包括藝術工作者，原住戶與文史工作室，遊客及政府（文化局、都市發展局）等之間的互動關係，是帶動神農街發展與轉變的主要角色，藉由分析群聚對於這些成員的網絡關係，能更清楚了解藝術群聚對社區內成員所產生的不同影響。

### (三) 探討外部性的效益與衝擊

在群聚所產生的影響，過去研究多以正外部性視之，認爲群聚會帶來產業發展與經濟成長的效益，然而微型創意產業或藝術群聚之地點，多屬於地租較低周邊環境較差場域，其群聚是否能產生正面的效益，是否也存在負面的衝擊，

利害關係人如何解決兩者之間的衝擊。

## 貳、文獻探討

### 一、創意群聚現象

隨著知識經濟時代科技產業與知識密集產業群聚逐漸受到關注，全球化經濟思維興起，資源條件的流動性大幅提升增加，產品、服務、技術、資金、人才等市場的發展與自由化，以及製造技術、交通網絡轉變，傳統區位制約作用下降，影響獲利與成本之因素與傳統產業發展截然不同（閻永祺、孔憲法、王鳳生，2009）。產業聚集外部經濟效果是政府推動產業生產園區設置及幫助地方經濟發展的主要手段之一，對於促進地區的持續成長、提升國民生活品質，均扮演著重要的角色（吳濟華、李亭林、陳協勝、何柏正，2012）。產業群聚理論的應用從傳統製造業到高科技產業，不斷增加文化（創）產業群聚的研究。文化反映了生活的方式，創意則是推動文化演化的動力，城市發展文化創意產業的基礎工作就在培育創意，將其內化為城市生活的主軸，萌發創意生命力（葉晉嘉，2010）。創意城市、創意群聚的型態應運而生，Flew（2010）認為創意群聚的發展動機，包含打造城市品牌策略、建立新形式的文化基礎建設、發展文化多元性、活化舊產業園區利用等等，兼容許多面向和產業類型。城市所得到的經濟上利益，也保存自身特性的文化，塑造居民對城市的認同，建立獨特的城市形象與品牌（葉晉嘉，2010）。因此在全球化與區域整合的發展新趨勢之下，群聚的概念已經對創意產業的思維和政策產生影響。群聚空間因利用型態差異，空間特性與都市空間座落位置等不同，有不一樣面貌，透過資料彙整也發現隨著時代的演變，創意群聚現象從早期產業聚集的單元以單一產業為大宗，如好萊塢（Hollywood）的電影與電視群聚、矽谷（Silicon Valley）的高科技產業群聚、倫敦的設計與廣告群聚、巴黎及米蘭的流行精品群聚（Flew, 2010），轉為多元發展，多採複合產業群聚，但每一創意群聚的區域間帶有差異，有其特色與魅力。

Florida（2002）提出創意資本始於人才，以創意階級稱之，所從事的工作

要創造有意義的新形式如：科學家、工程師、大學教授、詩人、小說家、藝術家、藝人、演員、設計師、建築師等等，而創意階級被吸引匯集創意中心（creative center），創意中心指的為一區域，此區域能讓創意階級人士高度匯集，呈現創意經濟成果，展現出地區的活力景象，如就業機會與人口增加，其創意中心之特性具有以下特色：(1)進入門檻或障礙低，有助於吸引人才；(2)新社區關係：人際網絡較鬆散、較淡，相對對外來者較開放，因而有助於促進資源與新觀念的新組合；(3)提供豐富優質的體驗、包容接納多元的差異，得以實踐創意人的價值與風格；(4)創意中心能汲取創意人帶動創新和經濟成長的能量；(5)供多元整合的生態系統或環境，讓不同領域的創意都得以生根茁壯。

Florida的創意階級論述成為都市再生（regeneration）的政策工具。Mommaas亦提出文化產業之生產者與消費者皆有群聚或區位重合（co-locate）現象。在歐洲，歐盟推動European City of Culture方案，以創意群聚作為都市再生的策略（Mommaas, 2009），群聚中廠商透過各種關係來交流知識，匯集多元專業人才。對於文化及創意產業的名稱、項目與定義其實各國不盡相同，但相同的比較一般產業最大差別，文化創意產業的來源具有很強的「原創性」，通常源自在地的傳統文化與核心藝術，或者源自於個人的創造力與才能知識（劉曉蓉，2006）。

產業發展開始有群聚現象，其發展與政府的作為亦有密切關係，政府適當的介入干預，能夠左右產業的外部環境，進而促進產業群聚的提升和競爭力（魏劍鋒，2007），而政策工具是多元且動態，因應所需新工具會不斷被創造，且依不同國家或地區而訂定與調整（景云祥，2006）。但Florida提出對於創意中心的成功並非憑藉自然資源或地處交通要衝等傳統因素，也不是倚靠當地政府給予財稅優惠，或其他誘因吸引企業進駐（Florida, 2002）。葉晉嘉（2014）利用驅動力的不同與供需導向的不同進行空間分類，驅動力的來源包括政策驅動與自發性驅動兩種，供需導向則分為生產導向與消費導向兩種，將創意群聚分為四類空間，以觀光休閒取向的文創園區（政策驅動的消費導向）；文創消費活動熱絡的商業帶（自發驅動的消費導向）；政策補助的藝術創作空間（政策驅動的生產導向），以及從事藝術創作自然群聚的藝術街區（自發驅動的生產導向）。

## 二、藝術群聚外部性

外部經濟（external economics）意指企業或廠商因群聚而產生的外部經濟效益，外部性（Externality）亦稱外部成本、外部效應等。產業群聚產生的經濟的效益，是否皆為正向，是否有利於產業的集中後的區域的發展，是許多學者熱烈討論的議題。Marshall在（1920）認為地理集中度是聚集外部性的現象之一，當廠商集中設廠於某區域有機會從中獲得三項利益：節省供應商的運輸成本及零售商的配銷成本、更有效率的勞動市場之運用、生產者間資訊外溢，此聚集外部性定義為廠商生產效率、勞動力、知識外溢有關。自廠商生產效率面而言，Marshall認為廠商聚集能夠促進專業化投入及服務的發展，將有助於提升生產效率；從知識外溢面而言，聚集使基礎設施及有形、無形的資源易於共用，促進及強化資訊傳輸功能，針對技術領域的知識外溢，例如模仿、企業間的互動、專業人才的流通、資訊交換，藉由這些方式使創新構想快速於廠商間傳達，並且無需另外支付金錢代價，節省生產成本。Jacobs（1969）認為地方產業專業化會阻礙地區多元發展，外部性存在於「不同產業間」，這種異產業間的知識交流，才有助於城市多樣化的發展，讓更多的人潮遷入該城市發展，不斷循環，伴隨更多交流不同的想法、資訊更加速城市的成長，因此這種來自不同產業間的外部性。Porter（1998）年以群聚的方式論述外部性的存在，某特定產業領域具共通性、互補性且地理鄰近的廠商和相關機構的群體，區域內的廠商經由高度的競爭，使知識訊息在區域內快速傳達，處於產業群聚地區的廠商競爭力亦較強，這樣的地區集中度的呈現非限於生產投入效率考量而已，是考量到產業創新、系統成本與聚落整體增值效益。Saxenian（1994）擴大Porter（1990）對於聚落的解釋，產業聚落並非以產業為立基，更重視廠商間強烈的互動關係，創新的資訊透過鄰近廠商交換或知識外溢來散播，企業取得資訊、彼此溝通、共享投入更容易而享有群聚群體性的利益。

Florida的創意階級理論提到群聚帶來傳統的區位條件或溢出效益，與面對面學習，最重要的是讓人才聚集，從中汲取他們的帶動創新和經濟成長的能量（Florida, 2002）。政府設置五大文創園區，亦為希冀學習科技園區方式拉攏

廠商達到產業群聚之效益，但科技產業有完整的產業鏈，分工精確，因此在科技產業群聚經驗中來自其依賴群聚產生各種外部性的綜效，例如：資訊、人才與技術研發的交流、產業鏈整合、生產要素與規模經濟共享、掌握市場趨勢等外部效益。周凌霄（2012）認為群聚對於文化創意產業能產生三個效益，包括：(1)促成跨界合作；(2)品牌效益；(3)知識外溢等（周凌霄，2012）。然但相較科技產業而言，文化藝術產業性較薄弱，採用政策劃定園區形成廠商群聚，透過活動的舉辦與資源的流通得到創新的思維、經濟上的回饋與消費者矚目等，但政策拉攏的文創園區本質為追求經濟產值的消費需求，和文化藝術創作的生產面需求有所差異，且藝術群聚類型多元，較無法統一訂定策略，因此文創園區對於藝文產業的紮根、發展幫助有限。如華山園區為了追求財務平衡，導致文創園區商業氣息過重的批評也隨之而來。此外，廠商間的競爭也帶來土地成本上升、價格哄抬等負面的現象；在知識外部性方面有正面也有負面的外部性（周凌霄，2012），而藝術工作者多屬於相對經濟上的弱勢，場地租借收費排擠到弱勢或新進人員等，無法發揮其創意群聚之美意。文化產業不只直接透過文化藝術活動賺錢，而是依賴產品的個性、地方傳統性、地方特殊性，甚至工匠或藝術工作者的獨創性，強調產品的生活內涵和精神價值。這些藝文活動所帶來的外部性，可以直接轉嫁給該地區成員（夏學理、鄭美華、陳曼玲、周一彤、方顥茹、陳亞平，2002）。因此源自於藝術工作者帶動的群聚現象，規模相對於文創園區範圍小，群聚地點多為混合在住商使用，同時對其他居民產生負的外部性，例如吸引觀光人潮成為對外開放參觀、消費的商業區，公共空間領域的使用衝突，以及餐飲帶來的油煙、營業時間過晚影響居民作息、噪音、消防、治安、環境衛生等因素，導致群聚發展與當地生活品質失衡，引發抗議。群聚對產業發展來說並不是完全都是正面的，處在不同群體的立場與需求，成員間的差異，必須轉變為群體間的共識，並有符合當地特色的制度，最後和社會形成互惠的關係（陳宥如，2013）。文創產業發展不單是趨勢，而是藝術工作者找尋發揮能量之「空間」，當工作者進駐之後又與空間產生磨合，可能迸發更大能量，也就是創意階級中提到的帶來更大經濟效益，但過程中的流動性與外部性之探究更有效了解：當前文創產業發展的需要的空間形式。

### 三、社會網絡與共同工作空間

群聚的意義不單是產業集中具有地理鄰近性，還有產業發展與社會網絡（social networks）緊密的整體關係，產業鏈的廠商間既競爭又合作，不同產業彼此呈現橫向擴展或縱向延伸的專業化分工格局，帶來企業或個人間的經驗移轉交流等等現象產生「群聚的效應」帶來經濟效益。社會網絡關係是指個人與個人之間所產生的連結性，以及所謂的資源的連結關係（Bourdieu, 1986; Coleman, 1990）。因此探討社會網絡關係的強弱，有助於了解整體政策議題下的發展脈絡。這種資源上的連結關係，亦是一種型態的社會資本，因為社會網絡之間所存在的互賴、互動與信任等要素，都是形成社會資本的重要條件，包括了成員之間的正式與非正式關係，這些成員之間的分享與交換彼此所需要的資源，進而獲得更多的發展機會（Putnam, 1995; Aydogan, 2003; Adler & Kwon, 2000）。社會網絡的密切關係，成為了共同工作空間的重要促成要素。共同工作空間是指位於同一處的工作地點有多位工作者，然而彼此並非屬於同一間公司，而是在共享的基礎上，共同分攤租金與設備，並交流彼此的意見（Gandini, 2015; Spinuzzi, 2012; Uda, 2013）。因此可視為一種微型的群聚工作型態。共同工作空間的形成，凸顯了工作者之間需要存在相同的工作理念，並能交流與分享資訊，透過資訊交換的過程激發更多的創作靈感。

### 參、研究方法

本研究範圍為臺南市市神農街，實證步驟採取質化研究途徑，先進行發展脈絡、產業屬性、環境等基礎資料的瞭解，包括神農街以及海安路一帶，內容已整理於緒論中；其二，藉參與式觀察法、深度訪談法，以及次級資料的蒐集對於居民、藝術工作者、群聚中其他成員等參與其中的不同角色，訪談法共完成19位受訪者，將所得資料歸納推論，作為研究分析基礎。藉由研究者透過相關受訪者的觀點，去探究現象或行為，了解的其社會情境與本研究的議題。

## 一、參與式觀察法

第一階段為參與觀察，由研究者至研究場域進行觀察，加以記錄研究。參與式觀察蒐集方法有幾項特點：(1)研究者被包容於環境之中，不會改變被觀察者的生活模式，增加親眼目睹的機會；(2)真實行為若無法以言辭表達或言辭及行為有明顯差異時，參與觀察法能夠從實際觀察發現；(3)研究者可以以參與者的方式獲得更深入的內部問題的解答；(4)研究者可以連續性地觀察到整個運作的脈絡，有助於了解現象的各種連結因素和意義（祁政緯，2012）。因此研究者以加入但不干擾環境、空間以及工作者的方式，加以記錄街區中的正常運作的呈現、成員中的往來互動、空間的特性與利用型態等所感興趣的現象，取得資訊。

## 二、訪談法

作為群聚現象的探討，需要居住於此地之成員的個人經驗和意見來進行分析，因此第二階段進行訪談，由研究者與受訪者徵詢訪談同意，亦透過半結構式訪談，先設計好訪談題綱作為一種提示，據訪談具體情況對訪談的程序和內容進行作調整獲取第一手資料。根據本文的論點，主要以神農街區內的藝術創作者、其他產業進駐者、居民進行訪談實際訪談19人，文史工作者1位、藝術工作者10位、居民6人、其他成員2位，訪談期間2014年7月至同年12月止。此外也透過次級資料的蒐集以補充神農街過去發展的過程，其中包括2008年以後，關於神農街的網誌遊記、展覽資訊與參觀心得、報章雜誌訪談紀實、研討會與期刊論文、田調資料報告書、藝術空間官網等和相關紀錄片等資訊，加上政府出版品與官方網站資訊，補足調查研究之不足。

表2 受訪名單

| 編號  | 身分                 | 分類    | 空間內容      | 建物所有 |
|-----|--------------------|-------|-----------|------|
| A1  | 大學歷史系教授/協會<br>副理事長 | 文史工作者 | 五條港社區發展協會 | 自宅   |
| B1  | 藝術創作者              | 藝術工作者 | 餐飲、替代空間   | 承租   |
| B2  | 藝術創作者              | 藝術工作者 | 餐廳、工作室    | 承租   |
| B3  | 藝術創作者              | 藝術工作者 | 販售、工作室    | 承租   |
| B4  | 門市人員（美編）           | 藝術工作者 | 五條港行號     | 承租   |
| B5  | 門市人員               | 藝術工作者 | 手工皮鞋      | 承租   |
| B6  | 民宿經營者兄             | 藝術工作者 | 民宿        | 自宅   |
| B7  | 民宿經營者妹             | 藝術工作者 | 民宿        | 自宅   |
| B8  | 藝術創作者              | 藝術工作者 | 國內外設計品    | 承租   |
| B9  | 永川大轎               | 藝術工作者 | 木雕、倉庫     | 自宅   |
| B10 | 藝術創作者              | 藝術工作者 | 創意手作商品    | 承租   |
| C1  | 神農街原住戶             | 居民    | 二手電器、擺攤   | 自宅   |
| C2  | 神農街原住戶             | 居民    | 古董藝品、算命   | 自宅   |
| C3  | 里長                 | 居民    | 雜貨店       | 自宅   |
| C4  | 神農街原住戶             | 居民    | 雜貨店       | 自宅   |
| C5  | 神農街原住戶             | 居民    | 無         | 自宅   |
| C6  | 原住戶                | 居民    | 販售紀念品     | 自宅   |
| D1  | 裝潢者工人              | 其他    | 裝潢者       | 無    |
| D2  | 居民子女               | 其他    | 代買擺攤      | 自宅   |

資料來源：本研究整理

## 肆、共同工作空間（co-working space）型態

神農街上首先進駐的為蘭亭雅集，是臺南知名的畫家王仁志經營，繪畫類型為山水、花草、人物、蟲魚鳥獸水墨畫。王仁志出生於神農街，成立畫室的目的是作為與同好交流、買賣藝術品之空間，亦在此開班授課。有時也擔任神農街的導覽或介紹。接著就是2007年陸續加入的五七和76，皆由甫從大學畢業

的藝術工作者所經營，五七是由七位臺南學校美術系的同窗好友共同經營，一開始承租用於居住和創作基地，後來觀察到海安路藝術造街所帶來的變化，舊建築與新時代的交互作用，決定規劃當成展覽的空間（陳惠菁，2009）。而76的地點為於神農街北側，街屋格局更為狹長，可利用空間更多，一開始租金約等同一間套房的租價，初期作為創作工作室、儲藏空間，原先亦有開班授課之構想，後來受到五七經營的模式也將內部整修為展覽場地，轉為藝術展覽據點和推廣木作藝術的理念。

五七最早的經營並沒有任何贊助和收入，從找地點、租場地、整修、管理、打廣告和所有支出的經費，全都是7位合夥人自掏腰包合力完成的（陳欣如，2010）。藉由一股對藝術的熱情和執著支撐著兩個空間，也利用學校的學生人脈，吸引很多新藝術工作者和學生，成為創作者展覽的第一選擇，再透過互相介紹、傳承，更與其他臺南的藝術空間連結成藝術網絡舉辦活動，如2007年的《從57到76同居創作展》、2008年《藝術造城·藝術造成-臺南》、2012年《赤誠計畫》其中一檔期。2008年開始五七也積極的發展創意商機，從藝術作品發展創意商品，讓藝術工作者的作品曝光量增加（陳欣如，2010），也增加經營的收入來源。

藉由兩間藝術工作室進駐，吸引人潮也帶進更多元發展契機，此時的海安路因為藝術造街已經增加許多餐廳、酒館。以家具賣場為概念的太古百貨看上位置緊鄰海安路，也進駐到神農街上。店面整修時也希望能盡量留住屋子的原始素材和老房子的味道，從廢墟的空間轉變為以老家具作為特色的酒吧，吸引不少外縣市的遊客。

透過老屋欣力的舉辦和海安路每一屆藝術造街，讓更多人看到有年代的建築空間與新藝術創作的豐富結合，接下來又有木子、胡里、拾寶手作加入，並在2011年-2014年間是臺南文化協會引進泉州傳統花燈與雕水仙活動，搭配上神農街的歷史淵源，在新春元宵期間邀請在地居民參加，也吸引到新春旅遊民衆，一屆比一屆多的參觀人數，讓神農街受到更多的關注。

表3 神農街進駐狀況

| 店名               | 創立用途               | 創立時間   | 創立經營者    | 發展狀況                           |
|------------------|--------------------|--------|----------|--------------------------------|
| 蘭亭雅集             | 工作室                | 約1980  | 王仁志畫家    | 不變                             |
| 五七藝術工作室          | 創作工作室              | 2007/8 | 7位藝術創作同好 | 原經營者退出5位，加入一位，改為3人經營，未來發展仍在思考。 |
| 76當代實驗空間+黑蝸牛工作室  | 創作工作室              | 2007/9 | 2位木作同好   | 原經營者退出1位，加入1位，慢慢鳩生活木作*鳩慢食堂     |
| 太古百貨             | 臺灣與北歐二手家具販售        | 2009/6 | 家具愛好者兄弟  | 原址店轉為酒吧經營，在成立太古家具、太古101咖啡廳     |
| 胡里-生活陶           | 陶藝品經銷              | 2010   | 陶藝品經銷者   | 1F臺灣當代陶，2F展場、茶空間               |
| 木子民宿             | 展覽空間<br>手作課程<br>民宿 | 2011/1 | 婚紗攝影負責人  | 手作課程更多元，並邀請不同類型創作者進駐、舉辦講堂      |
| 拾寶手作             | 展示、販售空間<br>創作工作室   | 2011/1 | 7位藝術創作同好 | 原經營者退出，改夫妻兩人經營                 |
| 怪頭Joe Bar & 飛魚樂團 | 聚會酒吧               | 2011   | 搖滾樂團     | 已遷址至其他地方經營，原址另改為其他經營者販售手工皮鞋    |
| 鳳凰特區             | 創作工作室<br>繪畫課程      | 2011   | 2位藝術創作同好 | 已遷址至其他地方經營，原址另改為其他經營-太古咖啡      |
| OH YEAH !        | 販售國內和國外<br>手作創作工作室 | 2014   | 2位設計創作同好 | 尚在思考發展方向                       |
| 文青好好笑咖啡          | 咖啡廳<br>婚紗、攝影等場地租用  | 2014/3 | 婚紗攝影師    | 除了原有經營方向，開放藝文活動展覽租用            |
| 五條港行號創意工作室       | 工作室與販售地點           | 2014   |          | 創意設計商品                         |

資料來源：本研究調查彙整

研究調查發現，目前藝術空間間數減少，藝術活動也較少，原來的空間大多轉為複合式經營，增加餐飲項目。餐飲空間中通常附帶有展示的功能，民宿、餐飲等空間也常同時寄賣創作者的設計品。若以建物與空間和產業類別分析，空間機能的使用情形為；(1)展示（14間）、(2)創作（7間）、(3)辦公（3間）、(4)倉儲（17間）、(5)餐飲（12間）、(6)民宿（3間）、(7)其他（22

間），其中的其他類別指非對外經營型態的空間使用，包括閒置空間、私宅等。因神農街周末人潮匯聚，亦有幾戶神農街居民在此做些小本生意，於周末販售雜貨、紀念品、童玩，或是由原住民的親戚、已搬出外地的子女於假日回老家擺攤。

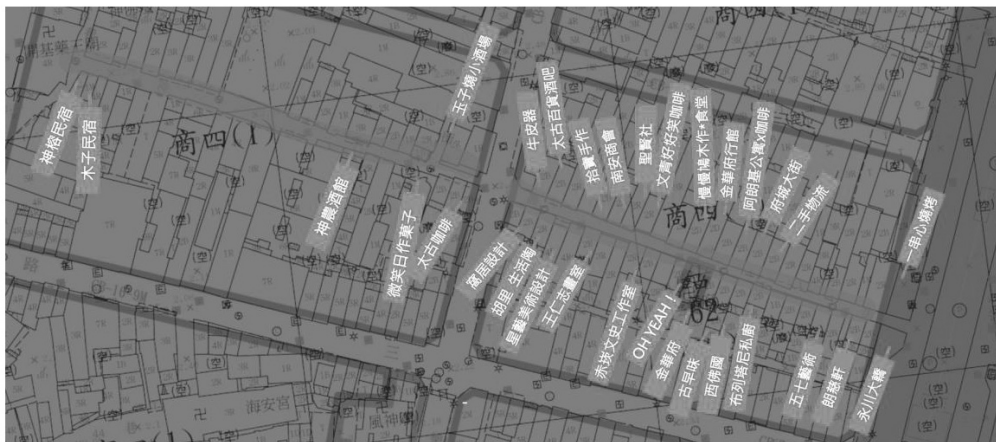


圖3 神農街藝術群聚位置圖

資料來源：本研究繪製

## 伍、深度訪談資料分析

### 一、群聚的因素之探討

根據訪談和資料蒐集所得結果，我們瞭解初期藝術工作者進駐神農街的主要原因為兩個面向：租金低廉與受空間氛圍的吸引，低成本的創作空間對藝術工作者來說吸引力很大，尤其對於年輕藝術工作者，可能連生存都是問題了（田智娟，2011），在神農街上也不例外，不論是藝術創作或是其他藝術工作者，因資金有限，都希望找到便宜的房子。從訪談中發現2007年進駐神農街空間，其租金約落在每戶5,000元左右，相當於一間套房或攤位租金水準，但街屋其坪數更為寬廣，可利用範圍更多。而現今的租金則已經超過每戶20,000元。

「一開始租金只要差不多是一間套房的租價。」（受訪者B2）

「一開始這裡的租金很便宜，租一戶大概只要五千到七千左右，現在的租金，向我們這間租金就超過兩萬，這還算是透過關係的優惠金額，這裡的空間有限，有時候你想租還租不到。」（受訪者B10）

「以前房價很便宜，沒什麼人要租。之前有人一戶要賣500萬賣不掉，現在隨便一間開價都是一千萬以上起跳，而且很多人來打聽這裡的房子，想要租和買的人很多。」（受訪者C6）

「其實神農街第一間是賣得很便宜的，不要說哪一間，五十坪才賣三四百萬。那間就是老子不賣、兒子一下子就賣掉了。」（受訪者C3）

初期進駐的藝術工作者有經濟考量，同時神農街居民也樂見長期間置且沒有重新開發計畫的老屋用以增加收入。由於多戶人家均已經搬遷，部分屋舍早已成為閒置的狀況，加上海安路的工程延宕影像，不少住戶都搬遷至外地，不復當年繁榮熱鬧。建物屋齡高以及建材壽命老舊需要定期維護，加上空間格局等限制，年輕人並不喜歡繼續住在此地。屋主將祖產的房子閒置，而搬遷至外地，所以有人願意承租時，屋主並不排斥，願意將其出租或者賣出。

「房東人很好，年紀大了就想找一個人幫他顧著房子。」（受訪者B1）

「之前就房東自己在住，好像也沒有租人。我是剛好在網路上看到她要出租的資訊，因為靠市區的租金超過我們的預算，而且就一個機會，這種事情都是看運氣的。」（受訪者B8）

「我老家在海安路，這裡之前是理事長的叔叔的房子，也是我爸爸舊識，那時候參與五條港社區發展，知道他因為經濟有狀況要賣，所以就買下來了。五條港社區發展協會先成立，就來給協會用。」（受訪者A1）

「神農街的房子，都是年輕人把他賣掉了。老一輩的出生在這裡，他絕對有感情，絕對不會賣。但是因為房子壞了，如果只是租出去，人家是不是會跟你說那裏要修、那裏要修，那個很麻煩。老人家也無能為力，又叫後代去做，後代會不會唸，又沒租多少，那個要修那個也修，很麻煩，賣一賣好了。」（受訪者C3）

老房子租金或售價低廉，卻須面臨內部大多不勘使用的狀況，初期整理的

成本較高，因此採多人合資分攤較高額的整修費用，並以自己動手整理，裝潢較簡單保留老房子的年代感等方式降低內部整修工程，壓低成本。空間經營上也以複合形式經營，例如民宿、創作工作室、手作課程或藝術講座、餐飲、展示、販售創意商品與空間出租等，不僅是一屋多用能增加收入，也是發揮具特色的老屋空間。

第二個重要的原因是燈會與建築空間所創造的氛圍所吸引，藝術工作者能夠看到這些空間所散發出來的氛圍感受，去解讀這些表面上看似破舊但是卻具有年代感的空間，去想像這些空間過去的故事，去感受那些空間的氛圍。而當藝術工作者在這些空間創作時，認為作品與空間會產生共鳴（孫文謙，2011）。除了經濟考量，神農街造街後的古色古香與街道上從清代到民國不同時期的建築都保留其中，再加上海安路上大片牆面創作和裝置藝術的氛圍，創造出吸引藝術工作者目光的環境氛圍。

老房子等閒置空間因為已無居住需求，或內部建材損毀拆除重整，其可變動也相對更大，滿足藝術工作者的多元的需求下更保留「老味道」，在新舊之中理應像光譜一樣是一種延續性的連結，新的創造多一點還是舊的保留多一點，而我們也發現民間整修已開始保留一部分細節，以凸顯建物特色（古都保存再生文教基金會，2011）。

「房子的本身的格局都沒有改，大部分都還算可以使用，你要不要參觀一下裏面，格局很漂亮喔。」（受訪者C6）

「這間攤子是一種創作，反正我們就一直玩，一直改，本來這個攤子是在最後面，展期空檔的時候我們又把它移過來前面，後來才改成攤子的形式。」（受訪者B1）

「之前辦過幾次的燈會，吸引不少人，越來越多人喜歡這裡的空間，吸引不少人潮，前面那間永川大轎你去過嗎？感覺很好對吧。」（受訪者B10）

「這間房子從清朝時期就有了喔！以前很多成大的老師和學生來這裡參觀，你有興趣的話也可以上去，還有樓梯可以上二樓，裡面維護得很不錯，雖然擠了一點但是感覺很好。」（受訪者Q）

舊民宅、半廢棄的老房子，建築物有本身的條件及限制，進駐者以不同的

展示方式展現自己對於藝術、空間和經營的態度及性格。

第三個原因是隨著海安路藝術造街重新喚起中西區生活圈的活力，加上神農街藝術工作者進駐，這裡舉辦活動，就有因藝術氛圍慕名而來的人潮，部分創作者也藉此增加自己作品的曝光，甚至有廣告的效益。自2011年臺南文化協會於新春期間舉辦燈會帶來更多人潮，也吸引更多產業進駐，群聚吸引人潮有機會形成一定程度的經濟效益，而讓群聚成爲一種品牌產生效益。

「對對對，因為他們辦那漳州花燈才開始熱鬧。」「三、四年了，大家都來看花燈，就順便參觀，越來越熱鬧。」（受訪者C2）

「以前沒什麼人，這三年才熱鬧起來。今年又更熱鬧，之前也沒什麼。最近有開了很多店，對面這間你有去過嗎？聽客人說吃一次也是好幾百塊。」（受訪者C4）

「我父母住這，我沒有住這，就只有週末的時候會過來擺攤，因為我們平常只用臉書，神農街週末很多人，就想說來這裡擺擺攤，讓多一點人看到……有一些人會來問，還是有效果。」（受訪者D2）

不僅藝術工作者期望增加作品曝光之外，很多人都注意到神農街所匯集的觀光人潮，帶來宣傳效果，例如專職到國外代買的買家，除了透過介紹和網路行銷外，也到神農街打廣告。透過訪談了解群聚的誘因條件可分歸納爲幾個原因：(1)經濟考量、(2)空間氛圍、(3)品牌效應，帶來更多發展可能，也陸續有街頭藝人不定時造訪在神農街產生空間發展上更多元的可能性。

## 二、群聚外部性

神農街產業變化的歷程，從傳統商業條件優勢消失，到地方生活機能衰退、人口外移等，但因緣際會下，藝術工作者進駐帶來了新的活力與改變，如產業更多元化、建立神農街品牌、參觀人潮增加、公部門發展觀光等，但這些轉變對不同主體而言帶來不同的外部性。依據訪談內容得知，留在這的居民都已住了好幾代，有部分居民是孩子成年嫁娶成家相繼搬離老宅，他們則習慣原本的生活環境與鄰居而留下來，鄰近水仙市場，生活機能相當方便，對於日益

熱鬧的神農街，部分居民樂見其成，外來進駐者與觀光客帶動原來沉寂的生活環境，但部分居民反映受到干擾。

「像我隔壁，他們三個月就換那個，裝潢，不固定，最近比較固定。三個月就換一個展覽，我都想過去開罵！裝潢其次啦，晚上在那邊大聲講話啦，開趴替啦。很吵，我都很想過去罵人。……我住這邊，過去吵一定是他們要搬走，這些年輕人就一定留不下來。」（受訪者C2）

「我們是很歡迎大家來參觀，只是我們都在工作，並不會有人招呼你，我們裡面有五個師傅，都是各自負責各自工作，我們平常白天在工作，人不多，到了晚上和假日，這裡沒有開，所以對於人潮的衝擊和噪音的影響這些比較沒差。但我知道裡面的有些受不了。」（受訪者B9）

多數社區居民不會主動解藝術生態，藝術工作者似乎也不會相互招呼，藝術空間作為深入住宅區鄰里的一種空間，與鄰居關係的和諧，往往也是支持藝術交流能夠持續發生的重要因素。但藝術工作者群聚的藝術空間不僅開幕酒會持續到半夜，創作的時間也多是一般人們休息的時刻（孫文謙，2011），對於進駐住宅區，尤其是神農街這樣狹窄的道路，更容易受到活動所產生的噪音所影響。多數居民對於夜晚仍有遊客講話嬉鬧的聲響、觀光客為尊重居民的攝影行為、展覽空間換展施工表示等表示不滿。受影響者表達抗議方式，包括：向里長抱怨或請求協助、門口放置請勿喧嘩／照相等標語，尚無激烈抗議行動。

「我跟你說，在這做生意，被影響最大的就是居民。除非是很開朗的人，否則居民很少跟外來的人互動。甚至生意好的店面，反而造成周邊的困擾，車子太多亂停。這是在哪裡都一樣的道理。」（受訪者C3）

「但就是街道小，容納量本來就有限，車子亂停也不能多說甚麼，勸導他，他也會說警察都沒講話了，里長管甚麼。這是國民道德品質的問題。如果甚麼事都要動用到警察，就很不和諧。當然會有抱怨的聲音，有人非常反對店家把攤子都擺出來，影響整個老街的景觀。你說他講的有沒有道理，有阿，空間就這麼小，又再占用，道義上就不要阿。其他的神農街到目前還好，沒有發生太大的事情。我們這邊的里民都是善良的，不太會跟人家起衝突。」（受訪者C3）

據訪談與觀察內容顯示，目前產生正、負外部性下仍在可容忍範圍，居民採取較為軟性的抗議方式。藝術產業不同於傳統製造業或科技產業，群聚帶來外部效益引發創意氛圍引薦創意產業，但其隱含的外部成本卻受到忽略，臺灣推動的社區藝術發展，空間是與民衆對話的重要媒介，成員間的互相溝通是必須面臨的課題，能否以同理心向其他成員協調合作是關鍵，以獲得社區藝術化的運作機會。

### 三、仕紳化的影響

透過藝術群聚造成的目光，也讓神農街區的土地和建物空間增值。一地區產業活絡且吸引人潮自然而然具備商機，因此神農街區在近三年中吸引房屋仲介注意，透過炒作宣傳，也有人購入老屋、土地作為投資，轉手獲利。神農街成為臺南著名的觀光景點，也是房市熱門，媒體報導不斷。在訪談過程也發現這裡的工作者與住戶受到仲介、觀光客等對於價格詢問亦不堪其擾。

「一兩間店，其實見仁見智，我看他們現在炒房也差不多了。本來一坪不到十萬塊錢，現在一坪四十萬。他們（炒房者）看到商機，臺北人錢不知道怎麼用。仲介，現在就拍照賴給客戶看就好，拍照最好的時間點就是晚上，昏暗的燈光又漂亮，周末來往的人又多。你看哪一個頭不會暈暈。」「以前有，每一天，那個仲介喔，神農街滿地走。」（受訪者C3）

「幾乎每一個月都有人來問，所要賣甚麼…我說不要講這個啦。」（受訪者A）

「這我就不方便說了，我不會跟客人透露這些，我也不喜歡。之前常會有些婆婆媽媽開門就問，你租這裡多少錢，就會讓人很不爽。」（受訪者B8）

「很多人來跟我問阿，要租，但我跟他們說要整理起來也是一項大工程，一項一項講給他聽，就算了。」「人潮不代表錢潮，有些朋友說要在我房子前面擺攤，我不收他們租金，沒多久也是做不下去。」（受訪者C2）

藝術群聚現象吸引更多元產業進駐，達到藝術群聚效果，導致地價上升，租金價格上漲的案例在1960-70年代紐約蘇活區亦是如此，但其造成的結果讓本來因租價優勢而進駐的藝術工作者離開，尋覓他處。據了解部分空間，租金

漲幅至少是初期價格的一倍以上，對藝術工作者是有一定程度的負擔，但由於仍較市區其他地點便宜，因此藝術工作者出走狀況不多，仍在忍受上漲的租金。為了能夠維持運作，部分調整經營模式，如增加餐飲空間、販售商品等方式，創作與展覽空間減少等現象。過去討論群聚帶來的效益，過去都將其視為正外部性，能幫助產業發展與經濟成長，然而藝術工作者多屬於微型產業，群聚現象的產生，往往間接導致了空間上各項活動的競租，以及伴隨而來的擁擠成本，如過多人潮產生的噪音，垃圾，交通擁擠等現象。

#### 四、社會網絡關係之探討

藝術群聚網絡能促進彼此交流的環境，回顧神農街發展歷程，從海安路的藝術介入，到神農街的整復，藝術工作者的進駐，這其中的成員包括居民、文史工作者、藝術工作者、公部門和遊客等。透過探訪與過去文獻所彙整的田調資料，分述彼此之間的其角色和互動關係。

首先談公部門的關係，神農街於1999年至2005年期間，獲得來自內政部營建署與文建會（現為文化部）提供經費、主要用於房子立面修繕，路面整修與夜間照明等工程。至於地方政府因財源有限，主要的經費多用於海安路的改造，只有將神農街上靠海安路這一側前面6棟房子立面整修，和舖?和美化?農街的?面，顯見初期政策資源投入極為有限。2013年起，神農街創意產業發展成型並具知名度，市政府開始推廣觀光活動，如「五條港舊城漫遊」活動，活動內為搭配旅遊業者，讓民眾預約觀光行程，行程中參與導覽解說、推廣夜間旅遊、將神農街塑造為獨具特色藝術街景。此時臺南市政府提供較多的資源，但集中在觀光的宣傳上為主。

「市政府沒有補助什麼費用啦，多半是社區自己找錢辦活動的，像之前那些燈會活動，市政府的幫助都有限，其實有時候也不太需要靠政府，如果拿了政府的錢，就會交代很多任務什麼的，你也知道，這樣比較難做事。」（受訪者B10）

「我不知道怎麼辦啊。今年人很多，可是都在空轉。也完全不會進我們，我們的東西他完全不看不買。這兩三個月就賣不出去，到六月份都可以自給自足。可能是整個大環境的不景氣。……整條造街總要公益團隊吧，總不能整條街都在做生

意，這樣社造怎麼做下去。」（受訪者A1）

但是政府的宣傳帶來了遊客，但受限於神農路本身街道路幅狹小，遇到人潮聚集時的停車問題、交通管制、流動廁所、垃圾桶設置等就衍生出不少問題，這些因為人潮聚集所產生的擁擠成本，造成了社區居民的生活壓力。社區發展組織與市政府之間的互動顯然有認知上的落差。

「臺南市政府為我們做甚麼從來不知道，我不知道他們要做甚麼，把一大群人叫過來這裡，然後讓他空蕩蕩的，又不看我們的展覽，也不關心五條港是甚麼，又一堆人。我們歡迎的是關心五條港的，來跟我們談一談啊。凡是市政府文化局辦活動，我們這邊就一個人都沒有。每一年都會辦燈會，很盛大，要想一些真正可以推廣歷史文化的事，不是只是想賺錢。」（受訪者A1）

「你看人潮多啦，我請問你，廁所在哪裡？遊客都用借的，阿你看，四五個人買一點東西，就借個廁所，一次很多人，你看水費要不要錢、電費要不要錢，賺的還不如流掉的。開門做生意的也是苦啊。就是燈會人這麼多。你看藥王廟那個廟公，顧到都發脾氣了，本來打掃廁所只是附帶工作，但是人潮多，往廟裡借廁所的時候，洗廁所變成他的主要工作。你有開店，生意一定有成長，要不要抱怨那是他的事。你跟我抱怨，我也沒辦法。也提醒過，開放附近的國小廁所或是水仙市場，都沒有開放。地下停車場的廁所，可是又很遠，也沒辦法。」（受訪者C3）

「這邊有人潮不一定有錢潮。要開店要考慮很多，像我這間兩年了才慢慢有，客人才跑出來。如果是外面的人可能會吃不消。鄰居的自己的人啦，租店的沒多久就換人了。沒有生意。有一次政府來調查我們生意營收，我跟他說你給我錢我還不一定想做。政府給我麼感覺好像沒什麼用。」（受訪者C2）

「市政府，也是開兩三次會阿，越改越亂而已。本來外面還可以停車，現在租給民營一個地下停車場，外面不能停車，我們店家罵死了。你停滿了停到下面才有理，為了民營，上面全部趕跑。有些人開車，就不願意走過來。生意就被趕掉了。」（受訪者C2）

至於在創意產業方面，多以提案補助、申請經費等方式，五七透過提案爭取國家藝術基金會、文建會等政府和機構，甚至私人企業補助，但補助有限

（陳欣如，2010）。但自2012年市政府文化局辦理歷史街區教育推廣及歷史老屋補助，提供整修補助金額，兩屆以來投件狀況踴躍，文化局也觀察到在新美街、信義街等歷史街區，已陸續有微型藝文產業進駐群聚之現象發生，並樂見歷史街區振興政策之效應已逐漸萌芽。

第二個討論的角色是居民，神農街的發展經驗中，居民可概分為兩種型態，其中的一個類型是住戶門口擺著「請勿拍照」、「不歡迎拍照」、「請小聲」，路幅狹小的神農街不免受到外來者和觀光客的叨擾，即便辦活動參與互動的是關心這議題的專家學者與研究生（陳欣如，2010）。第二種類型是開始利用人潮跟著做一些小生意，這類型的對人潮產生的衝擊容忍度相對提高。

「我跟你說，在這做生意，被影響最大的就是居民。除非是很開朗的人，否則居民很少跟外來的人互動。甚至生意好的店面，反而造成周邊的困擾，車子太多亂停。這是在哪裡都一樣的道理。」（受訪者C3）

「有時候太吵，鄰居還是會說話，他們會覺得是你在賺錢，又不是他們賺，他們不想被打擾。而且前半段的那些商家都是外面來的，都不是本地人，跟居民不熟，也不會去打招呼，應該沒什麼互動。我們自己大部分是比較安靜，偶而有甚麼課程，人不會太多，但還是要安分點。」（受訪者B6）

「之前沒什麼人，主要都是我在住而已，後來比較有人潮了以後，我跟我先生分別輪流顧店，批一些貨來做生意，孩子都大了，做這個打發時間。」（受訪者C6）

「沒有開店當然喜歡以前，現在這樣不錯，有改進了啦。以前遊客吵到半夜、隨地小便……。」（受訪者C2）

「現在這樣很好啊，就只有假日會比較多人，平常也沒什麼人。有開店當然是比較喜歡有人來。不會很吵啊，門拉下來就沒聲音，在後面也聽不太到。」（受訪者C4）

對於藝術工作者而言創作理念的互相認同也是主要動力，五七與七六兩間藝術工作室同年進駐，因為年紀相仿屬性類似也會彼此進行交流，如2007年同一條街上的藝術工作室進行一場文化交流，五七藝術工作室的成員到七六藝文空間舉辦《同居創作展》，從討論到企劃過程都相互討論幫忙（陳欣如，

2010)。陸續進入的太古酒吧與最早進駐的文史工作室，四者都會互相學習，甚至互相介紹幫忙。這現象反映了共同工作空間（co-working space）的經營應該是自發性的促成，才能互相分享資源，政府由上而下的計畫資源並未了解藝術工作者的需求，因此感受上較為有限。此外，後期進駐者相對比較缺乏互動，其中一個原因也是因為彼此之間並不存在緊密的社會網絡信任關係。

「你想找誰我可以幫你介紹！」（受訪者B2）

「來比較久的有的認識，像五七那間，前一陣子他們老師還過來聊天，都在賣冰啦，沒在作畫。」（受訪者A1）

「我跟幾間的畫畫的很要好，上次他直接送我一幅畫，其實他們人都很好，如果有需要幫忙的話我可以幫你講，他們只是不太喜歡現在這樣的發展。」（受訪者B10）

但隨著進駐者越來越多，新的藝術工作者互動機會變少，群聚中的網絡連結性不高，甚至因為理念不同的包容性弱，甚至性質類似的文史組織互爭資源、理念不同難以整合。對於這樣的現象，可以解釋為藝術群聚的原因，並不是基於共享資源與增加互動的機會，互動機會的減少可能出自於資源的擁擠性與互相競爭消費者，或者是因為不具備關係緊密的社會網絡，由於藝術工作型態多半獨立，若不是屬於共同工作空間，彼此要互動的可能性不高。

「不太會，店開了我就在這，只有上次朋友來，我跟他們一起去散步，才知道附近的店都在賣甚麼，或有甚麼新的店。」（受訪者B8）

「不會耶，就各做各的。我來就顧店，也不能出去這樣，關店我就回家了。」（受訪者B5）

「據我所知這裡一開始是我們會長在努力，現在多了一個組織，不知情的人就會認為這裡好像都是那個組織推動的成果，現在彼此之間也沒什麼往來，還會互相搶計畫，所以很難要這裡一起合作。」（受訪者B10）

由訪談研究中，可歸納出神農街上成員互動狀況並製作成員之間互動的關係圖，其中的關係強弱，依據訪談的內容中，對於各成員之間的關係描述摘

錄，並形成三種關係。受訪者若表示經常往來，則定義為互動頻繁；若表示很少往來，則定義為互動弱，若未明確表明，則歸納為互動中等。此分類方式亦參酌社會網絡中的強連結與弱連結的概念建立。並將網絡關係歸納為下列三種主要結果：(1)藝術工作者之間的互動：初期有學習與部分合作，但隨著神農街商業活動的增強，互動強度漸弱；(2)與居民的互動：初期仍在磨合，帶來一些衝突和抱怨、互動較為冷淡，但隨著人潮聚集，居民也開始做生意，其磨合降低；(3)與公部門互動：地方政府積極宣傳帶來人潮，但對於藝術創作實質的協助並不多。

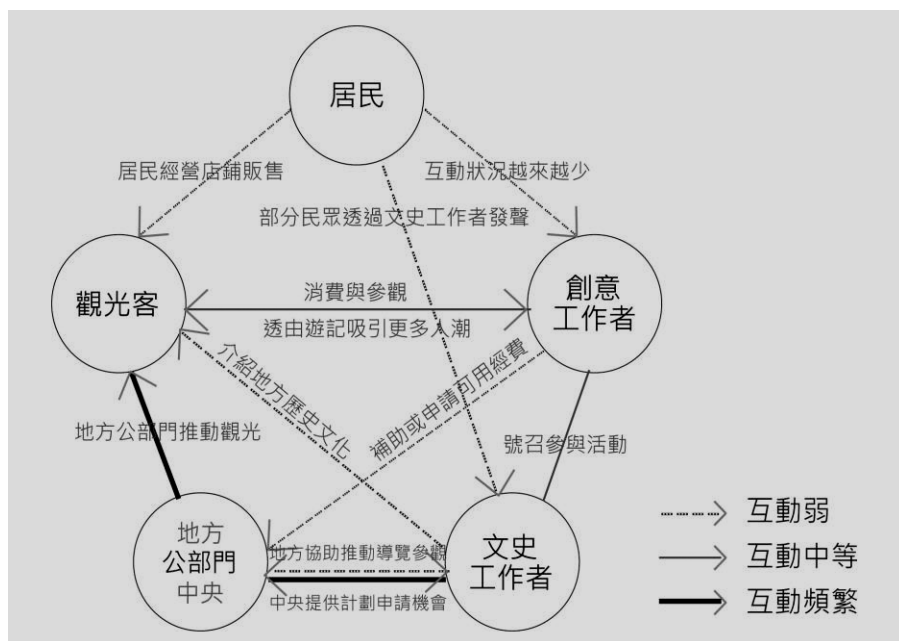


圖4 神農街群聚成員互動關係圖

資料來源：本研究繪製

## 陸、結論與建議

### 一、神農街屬於自發性群聚之型態

神農街藝術群聚是一種由下而上的發展現象，在街區復興的過程中，是自然群聚而非政策資源引導發展下的產物，也由於空間的使用屬於私人的租賃性質，因此房東多半並不希望房客對建築物的格局進行大幅度的調整，意外的也保留了街屋立面與內部的結構，形成獨特的空間氛圍感受。保留原有的紋理加上藝術創作者進駐後，對於景觀上的巧思與創作，遂成為具有群聚特色的創意氛圍，將原有低度利用的空間，成功地以藝術機能活化。這類自發性的群聚現象，是基於創作所產生的，而非以觀光休閒為發展目的，街區內空間機能也具備創作的生產機能，並非以消費行為作為發展導向，顯見神農街的經驗具有自發性與生產機能的特色。

### 二、地租因素與空間氛圍為初期群聚主因

2012年之前，神農街尚未受到投資者的青睞，街區內願意租賃的房子都較鄰近地區低廉許多，這是吸引藝術工作者進駐的最主要條件。從訪談中發現，整體的租金上漲了三至四倍，房價從一戶開價500萬難以成交，到現在一戶的開價超過一千萬起跳，可顯現其地價上漲十分可觀。除了地租低廉的誘因之外，仍是海安路藝術改造與神農街街道氛圍影響。海安路旁趣味的街道藝術，加上神農街所呈現的巷弄風情，建築物保留了清、日治時期的風貌，以及文史工作者爭取的立面整修打造出來的質樸古味，讓藝術工作者產生靈感想像。租金和創意氛圍條件兩項條件的綜合影響，讓街區上藝術群聚現象逐漸成形。

### 三、形象效應及商業化為後期進駐原因

神農街形成群聚之後產生了知名度，這使得兩股力量進入到街區，第一是政策資源的進入，第二是非藝術相關的商業行為進駐。由於市府對於街區的宣

導，吸引了越來越多的人潮前來海安路與神農街，因此帶動了商業機能，越來越多元的商業活動受到吸引而進入到街區內。這段期間，進駐的不僅僅是藝術創作者，而是越來越多元化的商業模式。這使得神農街具備了更多受到遊客喜愛的因素，然而也開始對於藝術活動產生排斥性。知名度的提升讓這裡的創意氛圍擁有人潮與商機，但藝術若加入市場性考量和政策影響，往往使得空間朝向市場導向，這階段的轉變，開始對於不同的成員產生不同性質的外部性。這個階段的發展呈現縉紳化之現象，在初期消費者進入這些藝術的替代空間，讓只有在美術館正式的空間才可以接觸藝術的這樣的關係有了翻轉，對於那些無法進入美術館展示的藝術工作者也有了接觸大眾的機會。但是因為藝術工作者的支付租金能力較低，所以街區縉紳化的現象產生之後，藝術工作者就必須被迫退場，讓位給那些複合商業空間的經營者，所以消費型態就朝向休閒娛樂導向或服務業的消費型態。

#### 四、擁擠與地租上漲是主要負外部性

隨著群聚而來的影響包括了擁擠成本的產生，這些擁擠成本源自於神農街知名度增加以及政策行銷之後所引進的人潮，包括噪音，垃圾，交通不便等對居民的干擾，以及對於創作者干擾均屬之，然而遊客湧入對商家而言是正面的影響。顯然遊客的大量集中在街區產生的不同的影響，而擁擠成本是困擾居民與創作者的因素。另外，因氛圍改變、環境改善、遊客增加等條件導致投資者的興趣，推升了地價墊高，使得租金與房價都有明顯的增長，造成創作者的租賃成本壓力增加，然而對於在地的居民，因為創意氛圍的產生，讓私人資產價格增長，卻屬於正面的影響。地租的增加迫使藝術工作者必須將部分空間移作商業使用，目前藝術工作室皆採複合式經營，販售空間比重增加、甚至改為餐飲為主，合夥經營者人數也減少。這種炒作土地老屋，房價愈來愈貴的趨勢，讓人憂心藝術工作者將被迫離開，改由營利且有能力支付房租的商業活動進駐，失去藝術活動的本質。這些負外部性亦是縉紳化所產生的結果，擁擠而高强度的使用對於藝術創作的空間機能產生排擠的效應，形成後續藝術群聚發展的障礙。

## 五、網絡成員間無明顯的互動關係

神農街探訪與觀察中看見藝術工作者與當地居民間較少直接的互動，其學習是採隱性方式，藝術工作者的互動並不頻繁，內部主要透過文史工作者舉辦燈會活動連結各成員。藝術工作者與居民之間並無明顯的互動模式，若就創意階級理論的觀點認為：新社區關係，人際網絡較鬆散、較淡，但排外性低反而助於促進資源與新觀念的新組合。但就神農街的例子而言，鬆散的成員關係似乎並未創造出對於藝術群聚更大的知識外溢效果，反而未見群聚的藝術工作者之間緊密的聯繫。雖然在共同合夥的關係上，租賃同一戶的創作夥伴屬於興趣相投的朋友，彼此之間也有一定程度的交流，藉著分擔租金而實現創作的夢想，然而非合作的夥伴之間，就未能呈現這類的關係。至於遊客與藝術工作者之間亦無明顯互動，雖然遊客的增加看似讓創作能增加曝光度，然而遊客之組成多屬於消費能力較低的年輕學生與社會人士，對於提升創作的消費並沒有明顯的幫助，反而形成對創作者的干擾。遊客交談，走動與拍照的行為也對居民和藝術工作者產生干擾，反而成為不利交流的因素。

## 六、社區網絡整合不易

在網絡的關係中，與政府的互動呈現信任感偏低的現象，主要可能是源自過去海安路地下街施工所帶來的負面印象，以居民而言，並不清楚政府對神農街做了哪些改善工作。藝術工作者與政府之間更沒有明顯的關係，對於政府的角色也相當不在意，在整個網絡中與政府關係較為密切的應為文史工作室，一方面透過爭取計畫取得資源，一方面能期望整合社區，然而這亦涉及不同的非營利組織之間對於政策資源的排擠效應，導致社區成員不易整合。綜觀而言也就是神農街上各成員雖處在同一空間，但實質上未成一緊密連結的網絡，換言之未能發揮產業群聚的跨界交流互動、知識外溢等正面的外部性，使得後期的發展導向商業模式，而降低藝術活動強度，犧牲空間作為餐飲使用，以賺取觀光財。

綜上所述，神農街的藝術群聚正面臨重要的發展關鍵，也就是保有藝術群

聚的核心能量，政府的角色應該更積極的協助內部的成員自發性的整合，若僅是以觀光發展的立場做政策行銷的工作，無疑使得藝術群聚的負外部性更加快速的失控發展，強化內部的聯繫應該是未來發展的關鍵，藉此保有一定的人氣，亦能在自發性的群聚現象上，維持神農街獨特的文化基底與街區藝術氛圍，帶動更多元的藝術發展與社區共榮。

## 參考文獻

- 王士明（2008）。歷史脈絡下藝術植入的場域實驗—從臺南市民權路「藝術建醮」與海安路「街道美術館」，探究藝術進入歷史街區的影響與意義（未出版之碩士論文）。國立臺北藝術大學美術史研究所，臺北市。
- Wang, S. M. (2008). *An Art Experiment Implanted in the streets of a Historical District—The Status Quo and Crisis of “Mincyuan Road Art Festival” and “Hai An Road Street Museum” when Contemporary Art meets Historic Streets in Tainan City* (Unpublished master's thesis). National Taipei University of the Arts, Taipei City.
- 田智娟（2011）。視覺藝術創作者於臺北都會空間群聚之探討（未出版之碩士論文）。國立臺北大學不動產與城鄉環境學系，臺北市。
- Tian, Z. J. (2011). *An Analysis of Visual Artist Clustering in Taipei Metropolitan Area* (Unpublished master's thesis). National Taipei University, Taipei City.
- 吳濟華、李亭林、陳協勝、何柏正（2012）。產業群聚與區域創新：聚集經濟理論與實證。新北市：前程文化。
- Wu, J. H., Li, T. L., Chen, X. S., He, B. Z. (2012). *Industrial Cluster and Regional Innovation: Agglomeration Economic Theory and Empirical*. New Taipei City: Future culture.
- 杜昭賢（2012）。海安街道美術館—尋求藝術介入都市空間的一種想像（未出版之碩士論文）。國立高雄師範大學跨領域藝術研究所，高雄市。
- Du, Z. X. (2012). *The Street Art Museum of Hi-An –Seeking an Imagination of Art Intervening Urban Space*. (Unpublished master's thesis). National Kaohsiung Normal University, Kaohsiung City.
- 周凌霄（2012）。群聚效應對文化創意產業發展的貢獻：以華山1914文化創意產業園區為例（未出版之碩士論文）。國立政治大學國家發展研究所，臺北市。
- Zhou, L. X. (2012). *Contribution of Clusters to Cultural Industries: The Case Study of*

- Huashan1914 Creative Park*. (Unpublished master's thesis). National University of Politics, Taipei City.
- 祁政緯 (2012)。創意群聚效應對都市區域再生的影響－以中山雙連創意街區為例 (未出版之碩士論文)。國立政治大學智慧財產研究所，臺北市。
- Qi, Z. W. (2012). *The Impact of Creative Clustering on Urban Regeneration: the Case of ZhongShan-Shuanglian Street District*. (Unpublished master's thesis). National University of Politics, Taipei City.
- 夏學理、鄭美華、陳曼玲、周一彤、方顥茹、陳亞平 (2002)。藝術管理。臺北市：五南。
- Xia, X. L., Zheng, M. H., Chen, M. L., Zhou, Y. T., and Fang, Y. R. (2002). *Art management*. Taipei City: Wunan.
- 財團法人古都保存再生文教基金會 (2011)。99年台南市歷史空間再造調查研究計畫總結報告。財團法人國家文化藝術基金會委託報告，未出版。
- Foundation of historic city conservation and receneration (2011). *A Summary Report on the Research Report on the Historical Space Rebuilding of Tainan City in 2011*. Report of the National Culture and Arts Foundation, Unpublished.
- 孫文謙 (2011)。暫時性藝術空間與都市創意場域：臺北都會區城中藝術街區研究 (未出版之碩士論文)。國立臺北大學都市計劃研究所，臺北市。
- Sun, W. Q. (2011). *Temporary Art Space and Urban Creative Field: A Case Study of Urban-Core-Arts-Block in Taipei Metropolitan*. (Unpublished master's thesis). National Taipei University, Taipei City.
- 陳欣如 (2010)。當藝術介入社區以神農街57藝術工作室為例。2010文化創意產業永續與前瞻研討會，國立屏東教育大學。
- Chen, X. R. (2010). *When the arts are involved in the community- Take Shen-nong Street 57 Art Studio as an example*. 2010 Sustainable and Forward Seminar on Cultural and Creative Industries, National Pingtung University of Education.
- 陳宥如 (2013)。師大夜市－公共空間與公共領域之研究 (未出版之碩士論文)。國立臺北大學都市計劃研究所，臺北市。

- Chen, Y. J. (2013). *Shi-Da Night Market- A Study on Public Space and Public Sphere*. (Unpublished master's thesis). National Taipei University, Taipei City.
- 陳博旭 (2007) 。地緣性場域關係與「藝術造街」之調查研究—以臺南市海安路為例 (未出版之碩士論文) 。南華大學論環境與藝術研究所，嘉義縣。
- Chen, P. H. (2013). *A Survey on the Relationship between Favorable Local Conditions and Field, as Well as the "Artistic Decoration of Street" – Taking Hai An Road of Tainan City for Example*. (Unpublished master's thesis). Nanhua University, Chiayi County.
- 陳惠菁 (2009) 。五七藝術工作室【紀錄短片】。八號多媒體工作室。
- Chen, H. J. (2009). Five seven art studio【Record video】.No. 8 multimedia studio.
- 景云祥 (2006) 。打造創業型經濟：政策工具的選擇與運用。求實，7，50-53。
- Jing, Y. X. (2006). Creating the Entrepreneurial Economy: the Choice and Application of Policy Tools. *True Seeking*, 7, 50-53.
- 黃微容 (2014) 。都市奇觀批判與重構：以臺南市海安路及神農街區藝術造街與社區營造為例 (1999-2013) (未出版之碩士論文) 。國立臺灣藝術大學藝術管理與文化政策研究所，新北市。
- Huang, W. J. (2014). *Critique and Reconstruction of Urban Spectacle: Case Studies of Art Made Street and Community Building in Tainan Hai-An Road and Shen-Nong Street (1999-2013)*. (Unpublished master's thesis). National Taiwan University of the Arts, New Taipei City.
- 葉晉嘉 (2010) 。各國創意城市指標的比較性研究。城市發展，9，111-144。
- Yeh, C. C. (2010). A Comparative Study on the Index of Creative Cities in Different Countries. *City Development*, 9, 111-144.
- 葉晉嘉 (2014) 。臺灣藝術產業群聚現象之初探。第十八屆國土規劃論壇研討會論文，國立成功大學。
- Yeh, C. C. (2014). *A Tentative Study on the Phenomenon of Taiwan's Art Industry*. The 18th National Planning Forum Symposium, National Success

University.

劉曉蓉（2006）。文化產業發展成創意產業之策略研究~以交趾陶為例（未出版之碩士論文）。國立中山大學公共事務管理研究所，高雄市。

Liu, H. J. (2006). *The Strategy Research from Cultural Industries to Creative Industries— A Case Study of Jiao-Zhi Pottery*. (Unpublished master's thesis). National Sun Yat-sen University, Kaohsiung City.

閻永祺、孔憲法、王鳳生（2009）。臺灣南部區域群聚的產業發展與空間分布之研究。公共事務評論，10（2），109-145。

Yan, Y. Q., Kong, X. F., and Wang, F. S. (2009). A Study on the Industrial Development and Spatial Distribution of Regional Agglomeration in Southern Taiwan, *Journal of Public Affairs Review*, 10(2), 109-145.

魏劍鋒（2007）。產業集群發展與政府角色。統計與決策，21，151-154。

Wei, J. F. (2007). Industrial Cluster Development and Government Role. *Statistics and Decision*, 21, 151-154.

Adler, P. S., and Kwon, S. (2000). Social Capital: The Good, the Bad, and the Ugly. In Lesser, E. (Ed.). *Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications* (pp. 89-115). Boston: Butterworth-Heineman.

Aydogan, A. (2003). How Sensitive Is Investment to Cash Flow When Financing Is Frictionless? *Journal of Finance*, 58(2), 707-722.

Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital*. In J. Richardson (Ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood.

Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.

Flew, T. (2010). Toward a Cultural Economic Geography of Creative Industries and Urban Development: Introduction to the Special Issue on Creative Industries and Urban Development. *The Information Society*, 26, 85-91.

Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.

- Gandini, A. (2015). The rise of coworking spaces: A literature review. *Ephemera: Theory & Politics in Organization*, 15(1), 193–205.
- Jacobs, J. (1969). *The Economy of Cities*. New York: Random House.
- Marshall, A. (1920). *Principles of Economics*. London: Macmillan.
- Mommaas, H. (2009). Spaces of culture and economy: Mapping the cultural–creative cluster landscape. In L. Kong and J. O'Connor (Eds), *Creative Economies, Creative Cities: Asian – European Perspectives* (pp.45–60). Heidelberg, London: Springer.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press. (Republished with a new introduction, 1998.)
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 76, 77–91.
- Putnam, R. D.( 1995). The Strange Disappearance of Social Capital in America. *Political Science and Politics*, 28(4), 664–683.
- Saxenian, A. (1994). *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Spinuzzi, C. (2012). Working Alone, Together: Co-working as Emergent Collaborative Activity. *Business and Technical Communication*, 26(4), 399–441. doi: 10.1177/1050651912444070.
- Uda, T. (2013). What is Co-working?: A Theoretical Study on the Concept of Coworking. *Discussion Paper, Series A*, 265, 1–15.