

臺北市社區大學「第一屆臺北學學術研討會」

場次—B2

宜居宜遊的臺北

主持人：中正社區大學鄭主任敏惠

與談人：南港社區大學黃主任榮護、中山社區大學蔡主任素貞

1. 「北投生態旅遊設計與線上旅遊經營教學經驗」--國立體育學院休閒產業經營係黃助理教授雲龍等.....B2-1
2. 「從溫柔鄉到『新』溫泉鄉：新北投休憩空間，再發展機制的探究」
--世新大學觀光學系黃副教授躍雯.....B2-25
3. 「居民及遊客對臺北市行義路溫泉發展之態度」--文化大學建築及都市計畫研究所李教授永展.....B2-49

北投生態旅遊設計與線上旅遊經營教學經驗

黃雲龍副教授 國立體育學院休閒產業經營系

王永銘助理教授 龍華科技大學資訊管理系

洪育忠副教授 大同大學資訊經營系

摘要

線上教育將是未來科際整合與創新教學的趨勢，同時電子商務的專業發展也是未來商業趨勢。作者希望透過教學實驗的行動研究，利用情境教學的策略，可以增加學生對於真實問題的體驗與相關知識與技能的訓練，並利用網路輔助教學達到學習歷程檔案建立與網路合作學習的效果。

因此，本次行動研究特別針對線上旅遊產業的蓬勃發展需求，並邀集「北投文化基金會」進行產學合作教學模式，研擬虛擬企業教學創新的主要情境，結合網路輔助合作學習的創新支持，嘗試發展孕育創造力教育線上學習的雛型，建構以行動學習為主的電子商務專業發展途徑。

主要的網路輔助情境教學實驗是讓學生經營一個線上旅遊網站，推出自行設計的台灣文化生態遊程，吸引虛擬顧客運用大會所提供的「虛擬國民旅遊消費金額2萬元」，進行電子商務線上交易活動。學生藉由擔任企業中不同的角色，面臨新創事業規劃、產品設計與行銷、網站規劃與顧客介面設計等問題，從無到有建立起一家電子商店，考驗學生的專業知識、技術能力、團隊合作與創新能力。

本專案是由教育部顧問室「創造力教育中程發展計劃」支持，由國立體育學院黃雲龍助理教授主持（東吳大學尚榮安助理教授、龍華科技大學王永銘助理教授、大同大學洪育忠助理教授、華梵大學林國平副教授共同主持）。參與專案人員與任務包括：劉慧玲（顧問）、劉澤穎（執行長）、陳姿安（遊程審查與競賽週報）、鄭凱之（競標與經營週誌審查）、陳純美（線上遊程評審模組）、張佑任（虛擬企業應用系統）、游彥程（系統管理）、張炯華（廣告管理）等。

一、創新的教學實驗

本研究於是嘗試從情境教學(Situated Teaching)與創新教學(Creative Teaching)的途徑，探索線上教育在專業發展上可能的應用模式，運用網路輔助合作學習的支援平台，建構以行動學習(Action Learning)為基礎的專業實踐歷程(Professional Practice)。

在教育革新發展的需求下，學校需要利用學習型組織的理念來經營學習社群，使學生自然養成知識創造與分享的管理能力，為此，需要教師對創造力與創新的概念和議題必須先具有相當程度的了解，並且有機會仔細思索，在各自的專業領域中，應如何安排相關的課程內容，或者可能採行哪種形式的教學。教師本身不一定是需要很有創造力的人，而是願意嘗試更新、更不一樣的創新教學策略。

我們認為網際網路所促成的線上教育，可能是一個有效促進學習創造力的最重要手段。線上教育可能逐步發展出一種成熟的、新的學習典範(learning paradigm)，衝擊著甚或取代傳統教育中的教學典範(teaching paradigm)。然而這個轉變的過程絕不容易，新的學習典範是如何有效運作？對於不同的專業領域、專業教師與學生面對創新的線上教育環境時應該如何調適？(李昌雄，2002；王思峰，2002；黃雲龍，2002)

因此，本研究希望從情境教學的途徑，探索專業發展在線上教育環境中可能的創新模式。事實上，本研究的行動邏輯認為：創造力發展或創意思考教育不應該是獨立的教學科目，而是一種融入教學、學習以及生活中無所不在的思考方式。教師對創造力的概念和議題必須先具有相當程度的了解，並且有機會仔細思索，在各自的專業領域中，應如何安排相關的課程內容，或者可能採行哪種形式的教學。教師本身不一定是需要很有創造力的人，而是願意嘗試更新、更不一樣的創新教學策略。

過去兩年期間，本人有幸參與了教育部顧問室推動「創造力中程發展計畫」，在「創意學養-商學類-電子商務線上學習」子計畫中，除了在教學實務上有充分資源的協助，得以發展並實踐一些情境教學創新實驗。

因此本研究特別針對線上旅遊產業的蓬勃發展需求，研擬虛擬企業教學创新的主要情境，結合網路輔助合作學習的创新支持，嘗試發展孕育創造力教育線上學習的雛型，建構以行動學習為主的電子商務專業發展途徑。

二、行動學習的情境教學策略

依研究需求所進行之文獻探討，主要包含幾個方向：情境教學策略的意義，行動學習導向的經營競賽教學法、虛擬實習公司與網路合作學習等情境教學設計的概念。

（一）情境教學策略的意義

情境教學係指透過多種手段引入、製造或創設與教學內容相適應的環境與氣氛；情境學習是建構主義理論中的一種知識習得理論。Lave 和 Wenger(1991)認為所謂的學習，基本上是處於某種情境(situated)的學習，它是活動(activity)，情境(context)和文化(culture)相倚靠的結果，社會互動(social interaction)是其重要的元素，也就是說，學習者可藉由參與社區的實務活動(community practice)，逐漸學習到該團體的信念、行為和文化。

基於這種觀點，學習被認為應該要採用可以反應真實世界的實物和活動；如果知識的傳遞是抽離實境的，那麼學習者學到的不過是一種新的觀念，而不是內化的真實經驗(Brown, Collins, & Duguid, 1989; Lave & Wenger, 1991)。

學者杜威強調「做中學」，它是一種科學方法，以此種科學方法處理問題，便可得某種經驗，因此應用做中學的體驗教學有五個階段(杜威原著，姜文閔譯，民81)：

- Ⅰ 學習者要有一種經驗的真實情境，及學生有興趣的一些活動。
- Ⅰ 在這種情境裡，要有使學生去思考的真實的問題。
- Ⅰ 學生需具有相當的知識，從事必要的觀察，用來對付這種問題。
- Ⅰ 學習者須具有解決這種問題的種種設想，並將這些設想整理排列，使其秩序井然，有條不紊。
- Ⅰ 學習者把設想的辦法付諸實施，檢驗這種方法的可靠性。

（二）行動學習導向的經營競賽教學法

Revans 以下列公式簡略地表達學習的方程式：(引自黃雲龍、徐嘉，2001)

學習 (L) = 程序化知識 (P) + 提問 (Q)

其中 P (Programmed Knowledge)：代表制式化知識即專業性知識；而 Q (Questioning) 代表提問，提問的內容為：先前的知識和經驗如何有效地適用於當下正在處理的議題？

行動學習方程式擴展了 Revans 原來的學習方程式：

$$L = P + Q + A + R$$

其中 A 代表行動(Action) (或是對話、想法和感覺)；而 R 即是反思(Reflection)，反思：也就是回顧、思考、探索問題核心、賦予經驗意義並試著理解。

行動學習是一種有效的學習歷程，也正是情境學習與建構學習理論的精隨，強調從行動中學習必須要有實際行動，包括了各種有待實現之任務的計畫、行為、對話等等，然後加以回想，提出相關問題，並對反思自己的行動，試圖了解到底發生何事，以做出判斷與結論，或因此產生更深刻的理解，準備好下次以不同的方法行事，然後開始出現一些「新」行動的學習循環。

在企管教育的情境教學方式中，經營競賽遊戲(Business Game)，或稱管理競賽遊戲(Management Game)，美國各大學企管研究所均經常採用，甚至專開一門課來實地進行競賽。

經營競賽遊戲教學以電腦設備配合可將學習成果迅速回饋，並運用電腦強大的計算統計功能製造出良好的動態環境，此遊戲能讓學生磨練其數字分析、決策與人際互動的能力，並協助建立整體觀念。

(三) 虛擬實習公司

虛擬實習公司(Virtual Practice Firm；VPF)是由 Howard Rosenbaum 教授於一九九六年創新的一種教學方法，VPF 的教育理念是基於從做中學習、強調個人發展與團隊運作能力、發展學習組織，經營一個模擬電子商務真實狀況的虛擬企業。

學生們在虛擬實習公司經營中將面臨與學習到電子商務網站的設計、營運計劃之擬定、研發產品、資料庫操作、廣告、客戶服務政策、企業經營財務管理等七大議題。在虛擬實習公司中，學生以發展資訊產品(information products)為主，然後引進虛擬顧客進行虛擬消費(digital cash)。(Howard Rosenbaum, 2003)

三、經營競賽個案範例

本研究將國內外著名相關電子商務競賽個案為例，分析其設計內涵、規則、理念，以協助發展本研究之競賽架構與規則。

個案一	
名稱	虛擬實習公司(VPF)
性質	以教學為主導的虛擬電子商務競賽
主辦者	美國印第安那大學 Howard Rosenbaum 教授
時間	二〇〇〇年春、二〇〇一年春
參賽對象	美國印第安那大學圖書與資訊科學學院修讀電子商務課程之學生
參考網址	http://ebiz.slis.indiana.edu/g/ve/login.cfm
競賽簡介	學生們在虛擬實習公司中以發展資訊產品(information products)為主，並引進虛擬顧客進行虛擬消費(digital cash)。學生除了網站的建置與經營外，尚需繳交多份計劃書，例如營運計劃、客戶服務計劃、行銷計劃等。本競賽預期學生將能學習到電子商務網站的設計、營運計劃之擬定、研發產品、資料庫操作、廣告、客戶服務政策、企業經營財務管理等議題。虛擬實習公司(VPF)活動共有美國、英國、蘇格蘭、德國和澳洲等五個國家，十一所學校四百三十位購物者參與涉入。

個案二	
名稱	2002VirtualEC 電子商務競賽
性質	以教學為主導的虛擬電子商務競賽
主辦者	國立體育學院黃雲龍教授
時間	2002 年 10 月至 2003 年 1 月
參賽對象	景文技術學院進修部資管系、政大資管系、國立體育學院體育管理系學生，共 115 人，19 隊伍。
參考網址	http://eln.creativity.edu.tw/VirtualEC
競賽簡介	此教學實驗讓學生經營一個線上旅遊網站，競賽中採用適性教學與學習歷程檔案，小組與個人從經營週誌與學習反思上不斷調整個人的學習與經驗學習，並讓學生發展其專業才能。學生藉由擔任企業中不同的角色，面臨行銷、網站企劃、財務等問題，必須從定位企業、建立網站、宣傳等無到有的建立起一家電子商店，考驗學生的技術能力與團隊合作。活動引入其他院校的虛擬顧客，亦開放參賽者自行尋找客源，共計有 1317 位虛擬消費者。

個案三	
名稱	全國第一屆 EC 大專精英盃
性質	實體的電子商務競賽
主辦者	搜主義數位科技公司與台灣固網聯合主辦

時間	2001 年 7 月至 2002 年 10 月
參賽對象	全國大專院校學生，約 700 人，150 隊伍。
參考網址	http://w3.soidea.com.tw/ec/model_index.cfm?CONSULATENO=01
競賽簡介	以搜主義網路書店為基礎，進行實際營運的電子商務比賽，所有的電子商務營運均為實際發生(真的賣書，真的取款)，參賽者利用主辦單位所提供的平台中開設店面、決定販賣物品，金流與物流(下單、出貨)由搜主義本身的網路書店支援。競賽一開始，參賽小組擁有一千萬的的虛擬貨幣，雖然競賽中的交易是真實的，不過參賽者端所使用的資金都是虛擬的，營運牽涉的費用包括開店費用、人事管銷成本、廣告費、與毛利，競賽中設置績效獎金鼓勵參賽者撰寫經營週誌與書評。

個案四	
名稱	全國大專院校企業經營模擬競賽營
性質	以數據資料進行分析與決策的競賽
主辦者	國立政治大學企業管理研究所
時間	自 1990 年起至今共 12 屆
參賽對象	全國大專院校學生，一屆約 80 人。
參考網址	http://boss.nccu.edu.tw/
競賽簡介	透過政治大學企業管理研究所自行發展出的企業營運模擬系統(Business Operation Simulating System，簡稱 BOSS)進行經營競賽教學，以訓練學員分析環境資訊、處理群體關係及制定決策的能力。競賽的方式主要是由學員扮演的企業各部門負責人以追求企業最大利潤為目標，依據企業內外所有可能的數據資料及種種正式、非正式的情報做出決策與判斷，並獲得一組數字或文字性的決策值來代表公司現階段經營的方向，之後再利用此數值投入產業環境系統中，市場狀況會立即反應、產生變化，各企業又隨之因應出一個決策程序，如此週而復始。特點在於運用既定之模擬套裝軟體進行競賽教學，並強調數字、資料分析研判的能力。

個案五	
名稱	咖啡大亨行銷模擬遊戲
性質	以數據資料進行分析與決策的競賽
主辦者	國立台灣大學洪明洲
時間	1999 年
參賽對象	修習台大企管課程的學生
參考網址	http://140.112.110.130/management/
競賽簡介	咖啡大亨行銷模擬遊戲是由洪明洲教授在台灣大學管理學院實施的一種網路競賽，在競賽中將同學分為五組，各組負責一種假想的罐裝咖啡品牌的銷售，使學生在網路上從事實務演練，並透過此遊戲學習到企業決策的制定、團隊合作的協調及數據資料的判別等。在競賽中的虛擬市場上有五種品牌，各品牌分別扮演市

	場領導者、追隨者，學生必須在蒐集分析市場資訊、擬訂行銷計劃後下達產品的銷售決策，於系統中產生與對手競爭之結果，而各產品經理再根據各期成果、分析報表數據，擬定下一期之決策，投入市場。本競賽強調對於數字、資料分析研判的能力，並需熟知市場區隔理論且運用之。
--	---

經由上述比較可看出，在經營競賽教學上，大致可分為以數據分析和以建置電子商務網站兩個派別，前者所花費的時間較少，大約數天就可完成，成果回饋迅速；後者牽涉網站建置與行銷活動，大致都需花費三、四個月的時間，必須面臨較為全面且複雜的問題，而經由實作學習能將個人經驗深化成為內在知識。

本專案成果以虛擬電子商務競賽設計為目標，故在參考個案的採行上，將以 Rosenbaum 教授的「虛擬實習公司」和「2002VirtualEC 電子商務競賽」為兩個研究的個案為主。兩者的細部比較詳見表 1。

「虛擬實習公司」、「VirtualEC 電子商務競賽」均是以教師身分設計出虛擬的活動教學方案，希望學生能透由活動建構出的情境中面臨問題，運用團隊合作的方式自行學習，並要求學生(經營者或購物者)給予回饋或建議；活動規劃精神與方法皆十分相似，但學者黃雲龍特別點出學習反思行動的重要，因此在評量上的特殊獎項中鼓勵學習團隊撰寫經營日誌。

表 1 虛擬實習公司與 VirtualEC 電子商務競賽比較

項目 \ 活動	Howard Rosenbaum 教授 虛擬實習公司	VirtualEC 電子商務競賽
活動設計人	均為大學授課教師	
活動背景	配合電子商務學習課程，有外界支持、贊助	
活動理念	從做中學以獲得實際經驗	
活動時程	約 15 週	約 18 週
活動目標	學習虛擬交易特性及網路企業營運功能	
活動模式與架構	入口平台、參賽者的商店和虛擬銀行	
系統平台	自行研發	以 XOOPS 系統為基礎研發
活動店面呈現方式	每一競賽網站 自行獨立呈現	以框架方式與平台首頁一同呈現，亦可獨立
特殊獎項	營運獎 最佳人氣獎	評比最佳週誌 最佳網站設計 營運獎 銷售獎 最佳人氣獎 顧客抽獎活動 文字創意徵稿

活動成果	跨國、跨校性的合作，共成立 7 家虛擬公司，招募了 430 位有效會員	跨校性的合作學習，共成立 19 家虛擬公司，1317 位有效會員
------	-------------------------------------	----------------------------------

四、虛擬電子商務競賽設計架構

「2002 VirtualEC 虛擬電子商務競賽」¹（2002 年 10 月至 2003 年 1 月），係教育部顧問室所推動創意學養持續紮根的教學創新計畫之一。由國立體育學院黃雲龍助理教授主持，邀集景文技術學院進修學院資管系、政大資管系、國體院休閒產業經營學系，共計 19 支隊伍、115 名學生，參與虛擬線上旅遊網站的經營競賽。

根據 2002VirtualEC 教學行動研究所得，進一步重新修訂教學設計，應用於 2003 年 9 月至 2003 年 12 月的「2003 ETravel 虛擬文化生態旅遊」競賽，再次邀集三位教師，分別從台北商業技術學院資管科、龍華科技大學資管系、國立體育學院休閒產業經營系共 280 位學生，組成 30 家虛擬企業的創新經營實驗。

此網路輔助情境教學實驗是讓學生經營一個線上旅遊網站，推出自行設計的台灣文化生態遊程，吸引虛擬顧客運用大會所提供的「虛擬國民旅遊消費金額 2 萬元」，進行電子商務線上交易活動。學生藉由擔任虛擬企業中不同的角色，面臨新創事業規劃、產品設計與行銷、網站規劃與顧客介面設計等問題，從無到有建立起一家電子商店，考驗學生的專業知識、技術能力、團隊合作與創新能力。

「2003 ETravel 虛擬文化生態旅遊」專案除了由教育部顧問室「創造力教育中程發展計畫」支持，同時在執行過程中也邀集「北投文化基金會」進行產學合作教學模式，由國立體育學院黃雲龍助理教授主持（東吳大學尚榮安助理教授、龍華科技大學王永銘助理教授、大同大學洪育忠助理教授、華梵大學林國平副教授共同主持）。參與專案人員與任務包括：劉慧玲（顧問）、劉澤穎（執行長）、陳姿安（遊程審查與競賽週報）、鄭凱之（競標與經營週誌審查）、陳純美（線上遊程評審模組）、張佑任（虛擬企業應用系統）、游彥程（系統管理）、張炯華（廣告管理）等。

根據 2002VirtualEC 教學行動研究所得，進一步重新修訂教學設計，建立「2003 ETravel 虛擬文化生態旅遊」網站競賽平台，提供大會人員與虛擬企業、消費者互動、服務的環境。本活動專屬網站：<http://elnweb.creativity.edu.tw/ETravel/>。

活動期間自 2003 年 9 月至 2003 年 12 月，參與對象為台北商業技術學院資管科、龍華科技大學資管系、國立體育學院休閒產業經營系學生，組隊報名競賽。此教學活動讓參賽者經營一個線上虛擬旅遊網站，網站設計主題為台灣文化生態旅遊為主，配合各地方的風俗民情自行設計有趣、浪漫、刺激的旅遊行程進行推廣，吸引消費者加入會員與購買產品。

¹ VirtualEC 虛擬電子商務競賽，<http://eln.creativity.edu.tw/VirtualEC/>。

以下將分四部份介紹 2003 ETravel 虛擬文化生態旅遊-競賽競賽規程包含競賽模式、競賽日程、競賽規則。

（一）競賽模式

本競賽以 Rosenbaum 教授的「虛擬實習公司」和「2002VirtualEC 電子商務競賽」的競賽模式作為參考設立一競賽首頁，讓消費者得以從首頁進入各家的虛擬商店，而各家虛擬企業之商品與競賽使用之虛擬貨幣，皆由中央資料庫統籌管理。參賽隊伍也可以自行進行宣傳，招收會員刺激消費。參閱圖 1 競賽模式說明。

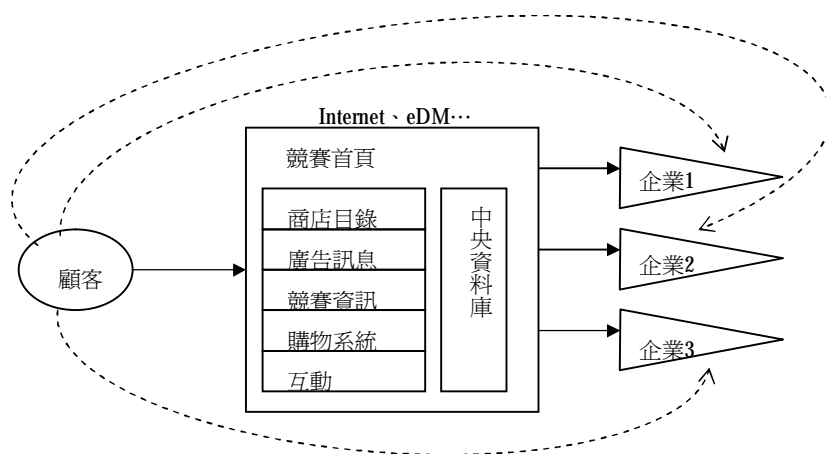


圖 1 2003 ETravel 虛擬文化生態旅遊競賽模式

競賽架構設計上，主要有三種角色：虛擬企業、競賽首頁、虛擬消費者，其運作方式如下所述。

1. 虛擬企業：虛擬企業在競賽首頁上註冊，利用競賽系統平台與資料庫建立虛擬實習商店，購買競賽首頁的廣告空間進行宣傳，將顧客導入虛擬企業。

2. 競賽首頁：競賽首頁是競賽運作的主軸，競賽首頁的概念包括競賽入口網頁以及競賽的中央資料庫，競賽首頁應包含商店目錄、廣告區塊、競賽資訊、購物系統、與互動的功能。競賽中的資料庫主要分為產品資料庫、會員資料庫、虛擬企業資料庫、資金資料庫，全部由競賽的中央資料庫統整，避免人為的作假。

3. 虛擬消費者：虛擬消費者在註冊後，可獲得一筆虛擬資金，經由競賽首頁，進入各家虛擬電子商店後消費。本競賽設計雖會引進特定的虛擬消費者，但不限制會員的身分，開放一般民眾的參與。

（二）競賽日程

本競賽配合九十二學年度第一學期電子商務課程舉辦，競賽日程與教學活動如「表 2」所示。


表 2 線上旅遊虛擬企業進度規劃行事曆

Week 01	92/09/15	電子商務虛擬實習企業經營競賽說明
Week 02	92/09/22	Week 1: Developing a start-up company 新創事業開始 * 虛擬實習企業分組完成
Week 03	92/09/29	Week 2: Business plan (經營企劃) 國內旅遊業電子商務發展現況；
Week 04	92/10/06	Week 3: Product development (產品設計與開發) 經營區域競標開始；※10/12 北投文化參訪活動
Week 05	92/10/13	Week 4: Advertising development (網路行銷計畫) ※北投文化、藝術、生態、旅遊、社區、產業座談 北投生態旅遊行程設計開始
Week 06	92/10/20	Week 5: Customer service (營運規劃)；經營區域競標結束 ※10/20 線上旅遊業專題演講：鍊捷旅遊網
Week 07	92/10/27	Week 6: Final design；商業網站的線上服務討論
Week 08	92/11/03	Week 7: Test and redesign 線上旅遊虛擬企業雛形上線 北投生態旅遊行程設計成果繳交與上線
Week 09	92/11/10	Week 8：線上旅遊虛擬企業競賽開始：虛擬顧客進入 北投生態旅遊行程設計成果評比開始
Week 10	92/11/17	Week 9 北投生態旅遊行程設計成果評比（專家與小組互評）
Week 11	92/11/24	Week 10 虛擬顧客推廣事件討論 北投生態旅遊行程設計成果評比（虛擬顧客）
Week 12	92/12/01	Week 11 營運績效與學習反思討論 北投生態旅遊行程設計成果評比結束
Week 13	92/12/08	Week 12 營運績效與學習反思討論 ※新北投文化特展與導覽活動
Week 14	92/12/15	Week 13 線上旅遊虛擬企業競賽結束；
Week 15	92/12/22	虛擬企業經營計畫討論 1
Week 16	92/12/29	虛擬企業行銷與營運計畫討論 2；自選生態旅遊行程評比開始
Week 17	92/01/05	虛擬企業經營週誌討論 3；自選生態旅遊行程評比結束
Week 18	93/01/12	課程回顧、自評、問卷調查；線上旅遊虛擬企業經營報告整理

（三）產品-遊程設計競賽：對於產品遊程上遊程評量規則訂立，大會設計的評分項目分為兩部分：自選區域遊程設計競賽辦法、指定區域遊程設計競賽辦法。

1.指定區域遊程設計（北投區）競賽辦法詳見 3，評分表參閱表 4，產品規格參閱表 5。http://eln.creativity.edu.tw/ETravel/re_tour.php

表 3 指定區域遊程設計競賽辦法

一、主辦單位：ETravel 虛擬電子商務競賽小組
二、協辦單位：台北市北投文化基金會
三、參加資格：ETravel 虛擬電子商務競賽之參賽者，以組為單位
四、送件日期：即日起至 2003 年 11 月 16 日止
五、送件方式：將另行公告，請密切注意新聞區之相關消息
六、競賽作品主題：請依據台北市北投區為目標規劃一文化生態性遊程
<p>七、作品規格</p> <p>(一) 遊程作品內容規格需比照 ETravel 虛擬電子商務競賽之產品規格</p> <p>(二) 需依照所設計之遊程製作一份電子廣告宣傳單 (eDM) (範例如下)</p> 
<p>八、評審方式</p> <p>(一) 專家學者評選 30%</p> <p>(二) ETravel 虛擬電子商務競賽之參賽者互評 50%</p> <p>(三) 一般民眾評選 20%</p>
<p>九、評審標準(觀看評量表) 見「表 2.7」http://eln.creativity.edu.tw/ETravel/form.php</p> <p>(一) 創意度 30%</p> <p>(二) 競爭力 20%</p> <p>(三) 真實性 30%</p>

(四) 吸引力 20%
十、獎勵方式： (一) 評選成績將列入評分之遊程規劃中「北投區遊程規劃」 (二) 獲選之前三名將有另行獎勵(配合北投文化基金會再做修改)

表 4 遊程設計競賽評量表

小組互評成績表單			
請依據您看完各小組規劃的遊程方案，以公正客觀的方式進行成績評比。			
姓名：		學號：	
評分組別：		組	
創意力：30 針對小組提出的遊程方案，您認為此遊程是否有創意，有獨特的見解	很獨特的創意	給 27-30 分	_____分
	很少見的創意	給 24-26 分	
	很常見的創意	給 21-23 分	
	很普通的創意	給 18-20 分	
相對於各組的競爭力：20 針對小組提出的遊程方案，您認為此遊程是否比其他組別具有優勢，容易成功	很有競爭力	給 18-20 分	_____分
	中等競爭力	給 15-17 分	
	沒有競爭力	給 12-14 分	
接近真實程度：30 針對小組提出的遊程方案，在技術上、經濟上及作業上的可行性您認為此遊程是否可能被達成	容易被實行	給 27-30 分	_____分
	可能被實行	給 24-26 分	
	不容易被實行	給 21-23 分	
	不可能實行	給 18-20 分	
吸引力：20 針對小組提出的遊程方案、電子宣傳單(eDM)，您認為此遊程是否清楚傳達重要訊息且會吸引你參與	非常好	給 18-20 分	_____分
	很普通	給 15-17 分	
	還可以	給 12-14 分	

表 5 產品規格表

主題名稱	自行訂定
旅遊地區	區域名稱
行程特色	自行訂定

行程天數	自行訂定
保險費用	自行訂定（可參考實際市場價格）
定價	自行訂定（請註明是否含保險）
行程內容	自行訂定，需簡介 行程景點內容 並註明 餐食、住宿、交通 資訊
備註	自行訂定相關之注意事項

五、競賽平台功能與應用

本競賽以 XOOPS (extensible Object-Oriented Portal System , 具可擴充的物件導向入口網站系統) 為基礎, 它具備了完整的入口網站規模、以及社群的功能; XOOPS 為免費開放原始碼, 其具備物件導向的特質, 非常容易取得與使用、修改。

(一) 競賽平台功能設計

競賽平台功能設計可以從競賽中三個最重要的角色: 虛擬消費者、競賽首頁、參賽網站出發, 在功能的描述上分為一般功能和管理功能兩種。一般功能係一般網頁所需具備的最基本功能, 管理功能係特別針對電子商務網站, 各種身分擁有的檢視、修改權限定義, 見「表 6」。

(二) 競賽平台網頁

本部分將介紹此次競賽的競賽平台, 以網頁圖片的方式真實呈現, 可視為本次競賽的一個重要資料保存與呈現。以下將呈現競賽首頁、一般功能、管理功能、購物功能與三十家參賽隊伍的首頁畫面 (請參閱成果展示)。

1. 競賽首頁

競賽首頁位於 <http://eln.creativity.edu.tw/ETravel/> , 競賽首頁是所有虛擬消費者、參賽者、競賽管理者進入競賽的入口, 競賽首頁除了可讓參賽者與競賽管理者登入, 進行網站的維護外, 競賽首頁的角色像是一個旅遊產業的入口網站, 在規劃上包含廣告區、旅遊資訊區, 以及旅遊網站的目錄索引區。

2. 一般功能應用

競賽平台提供新聞、討論區、評審區、下載區、個人站內訊息, 等一般資訊呈現與互動功能。

- (1) 新聞區: 新聞區提供旅遊相關資訊與競賽的訊息, 其中包含參賽網站的營收排名、戰報、大會新聞稿等。
- (2) 討論區: 討論區提供顧客服務、競賽疑問解答、站務小組討論、各參賽網站專屬討論區、競標、廣告、遊程設計競賽繳見登記與討論、虛擬企業登記報名、北投活動參訪登記等功能。
- (3) 評審區: 評審區提供北投遊程、自選遊程的評審活動, 也針對參賽者與大會人員利用競賽平台網路使用情況與網路使用行為做投票與意見表達。
- (4) 下載區: 下載區提供觀看文件軟體、遊程設計相關資料、課程相關資料以供虛擬企業參考。
- (5) 個人訊息區: 競賽平台提供站內訊息傳遞服務, 此服務類似於電子郵件。

表 6 虛擬消費者、競賽首頁、參賽網站角色之競賽平台設計功能比較表

角色	一般功能	管理功能
虛擬消費者	<ul style="list-style-type: none"> 登錄成為會員 登錄成為某家虛擬企業的專屬會員 瀏覽各家商店 購物 社群互動機制 遊程設計評審 	<ul style="list-style-type: none"> 修改會員基本資料 檢視訂單資料/退貨 檢視虛擬資金使用 遊程設計評審查詢
競賽首頁	<ul style="list-style-type: none"> 會員/參賽隊伍登錄 虛擬企業目錄索引 廣告區塊 搜尋 競賽消息 競賽簡介 下載檔案 學習反思作業 意見反應信箱 社群互動機制 遊程設計評審 	<ul style="list-style-type: none"> 會員管理 查看全部或單一參賽隊伍的專屬會員登錄情形 查看全部或單一參賽隊伍的訂單資料 查看/維護會員與參賽隊伍的虛擬貨幣與營運資金之使用與發放 查看/維護參賽隊伍競標區域與金額 查看/維護遊程設計評審參賽隊伍資料與成績 維護產品資料庫 維護網站 社群管理 廣告管理 經營週誌審核管理 競賽訊息的發佈（最高權限）
虛擬企業	<ul style="list-style-type: none"> 網站基本資訊 專屬會員登錄 產品目錄 購物機制 社群互動機制 搜尋 客戶服務宣告 遊程設計評審 	<ul style="list-style-type: none"> 檢視登錄會員 檢視訂單 檢視營運資金 參與區域競標遊 遊程設計評審查詢 維護產品上架與定價 維護網站 社群管理 購買廣告 經營週誌審核查詢 參賽小組討論

3.管理功能

競賽平台提供大會人員、虛擬企業進行競賽網站管理，包括廠商設定、上線設定、商品設定、銷售狀況、營業狀況、會員資訊，除此之外大會人員擁有設定

管理功能，包括重新開始設定、系統基本設定、廠商管員設定、商品審核設定、暫時不用設定、經營週誌核准、廣告費用登記、批次作業執行、廠商營業狀況等管理權限。

4.購物功能

競賽平台提供購物機制，包括某一參賽網站的產品列表，勾選後即可訂購；另一方面則是觀看個人過往的訂單記錄、與個人虛擬資金運用情況。

5.虛擬企業網站呈現方式

大會提供虛擬企業將已做好的網頁上傳至指定的網站空間，參賽者在「廠商設定」系統設定，網站畫面、虛擬企業 **logo**、名稱、簡介即可呈現。

六、北投生態旅遊設計的教學成果

本部分將介紹 2003 ETravel 虛擬文化生態旅遊的競賽成績與競賽成果。成績記錄 30 家虛擬企業的營業收益率、網站設計、網路行銷、遊程設計、特殊獎項加分，以及最後的總成績；另一方面則以虛擬企業廣告設計、經營週誌、虛擬企業圖示、名稱、簡介、戶外活動參訪、專題演講、優質網站介紹、北投遊程設計競賽結果、學習作業反思、經營週誌、經營週報，做為競賽成績與成果的呈現。

（一）競賽成績：成績計算方式說明，見「表 7」說明。

表 7 2003 ETravel 虛擬文化生態旅遊競賽評分方式

（一）營業收益率，佔 50%
營業收益率 = (期末資金 - 期初資金) ÷ 期末資金 × 100%
（二）網站設計，佔 20%：共分為四個項目
1. 主題與風格：網站是否有明顯的主題與風格，足以讓消費者留下深刻印象。
2. 瀏覽的流暢性：網站於資訊的傳達、購物流程方面，是否流暢便於瀏覽。
3. 內容資訊的豐富性：網站的內容是否能充分滿足消費者的需要，是否提供一個完整的電子商務網站必要的資訊。
4. 網站的互動性：網站是否提供了互動的管道，以及網站內的互動情形。
（三）網路行銷，佔 10%：分為兩個項目
1. 會員人數：吸引會員的登入將為網站帶來績效獎金
2. 行銷活動（廣告設計）：參賽者必須舉辦適當的行銷活動
（四）遊程規劃（產品設計）佔 20%：分為兩個項目，每項佔 10%
1. 北投區遊程規劃：北投區遊程設計。
2. 自選區遊程規劃：參賽者任選自己產品中的一項產品。
（五）特殊獎項，每項取前五名，分別可獲加總分 3%、2.5%、2%、1.5%、1%
1、最佳週誌獎：由審核週誌管理員與老師自由心證評審辦理。
2、最佳銷售獎：以組為單位，取營業額最高之前五名。
3、最佳 CIS 設計獎：票選最佳的 CIS。包括虛擬企業圖示、名稱、標語。
4、最佳網站設計獎：票選出設計最佳的旅遊網站。
5、最佳人氣產品獎：由主辦單位評審辦理，統計出購買人數最多的產品。

(二) 虛擬企業的營業收益率(50%)：見「表8」。

表8 各家虛擬企業營業收益率一覽表

編號	廠商名稱	期末 資金	期初 資金	營業 收益率	實得分數
1	辛巴達旅行社	2566486	3000000	-16.9%	42.4
2	趴趴走旅行社	2186798	3000000	-37.2%	38.8
3	樂遊網	1544200	3000000	-94.3%	28.7
4	貝斯特旅行社	1535300	3000000	-95.4%	28.6
5	放你遊旅行社	2635269	3000000	-13.8%	43.0
6	七逃人逗陣行旅行社	3256281	3000000	7.9%	46.8
7	探索樂園歷險記	1172450	3000000	-155.9%	17.9
8	皇家鑽石旅行社	3021128	3000000	0.7%	45.5
9	沙米速旅行社	2486391	3000000	-20.7%	41.8
10	4季瘋旅行社	1885063	3000000	-59.1%	35.0
11	活源旅行社	2812250	3000000	-6.7%	44.2
12	疾風旅行社	2279400	3000000	-31.6%	39.8
13	易行旅遊	2052941	3000000	-46.1%	37.3
14	瘋往那裡去	2074473	3000000	-44.6%	37.5
15	放樂線旅行社	4035821	3000000	25.7%	49.9
16	旅遊通旅行社	2206300	3000000	-36.0%	39.1
17	暢遊無阻旅遊	2178061	3000000	-37.7%	38.7
18	古風旅行社	2156555	3000000	-39.1%	38.5
19	真快活旅行社	2185900	3000000	-37.2%	38.8
20	蟠龍旅行社	2127594	3000000	-41.0%	38.2
21	嘟嘟旅行社	2449490	3000000	-22.5%	41.4
22	SUNNY TOUR 陽光假期	2157891	3000000	-39.0%	38.5
23	悠遊旅遊	2186784	3000000	-37.2%	38.8
24	酷鎮總部	2087072	3000000	-43.7%	37.7
25	e-going 輕鬆遊旅行社	2049335	3000000	-46.4%	37.2
26	夢想家旅行社	1145037	3000000	-162.0%	16.8
27	走透透旅行社	1998000	3000000	-50.2%	36.5
28	易遊網旅行社	841256	3000000	-256.6%	0.1
29	野戰傳說	2122159	3000000	-41.4%	38.1
30	SenQ 旅遊	3473936	3000000	13.6%	47.8

(三) 遊程設計 (20%)：各企業所提方案名稱詳見表 10。各虛擬企業參照表 4 互評成績結果詳見表 9。

表 9 各家虛擬企業遊程設計成績一覽表

編號	廠商名稱	評比成績
1	辛巴達	76.95
2	趴趴走	71.94
3	樂遊網	82.58
4	貝斯特	72.55
5	放你遊	73.11
6	七逃人	68.31
7	探索樂園歷險記	44.26
8	皇家鑽石	74.62
9	沙米速	77.12
10	4 季瘋	81.35
11	活源	62.95
12	疾風	69.04
13	易行旅	61.83
14	瘋往那裡去	72.78
15	放樂線	67.68
16	旅遊通	71.92
17	暢遊無阻	76.09
18	古風	69.34
19	真快活	73.82
20	蟠龍	82.23
21	嘟嘟	73.67
22	陽光假期	76.34
23	悠遊	63.28
24	酷鎮總部	75.8
25	e-going	70.69
26	夢想家	75.22
27	走透透	60.96
28	易遊網	80.68
29	野戰傳說	70.38
30	SenQ	76.8

表 10 北投生態遊程設計方案統計表（61 個遊程方案）

品名	遊程日數	成本	最高定價
超值二合一北投花東豪華遊	5	3200	5200
原野遊俠北投二日遊	2	5400	8888
北投深度文化之旅	2	6295	7600
北投心靈之旅	2	3984	6000
北投趴趴走	2	4257	5500
北投之星之旅	2	3300	5300
頂級女巫村泡湯	2	2900	5000
北投自然體驗 2 日行	2	4000	4800
北投海－擁抱大自然	2	3000	4200
陽明山天籟溫泉會館知性之旅	2	2500	4000
遨遊陽明北投之旅	2	3000	4000
溫遊丹鳳山	2	3302	4000
跟我去女巫村泡湯	2	2150	3750
知性逍遙遊北投	2	2000	3500
北投山岩名寺之旅	2	2000	3500
士林 北投溫故之旅二日遊	2	3000	3500
二日遊北投走透透行程	2	2100	3499
丹鳳山	2	2000	3499
新北投	2	2000	3490
北投生態饗宴二日遊	2	2100	3300
士林海天遊蹤北投溫故之旅（二日遊）	2	1900	3000
戀戀北投 FUN 鬆趣	2	1750	2990
陽明花香戀戀北投之旅（二日遊）	2	1800	2900
北投溫泉鄉之旅	2	1600	2000
北投文化泡湯二日遊	2	1200	1999
大自然尋禮之北投行	2	1000	1899
北投生態文化之旅	1	3750	5000
北投精選遊	1	2000	3200
北投溫泉之旅	1	1800	3000
知性北投一日遊	1	1500	2500
古關金渡與北投生態之旅	1	1500	2500
北投精緻之旅	1	1300	2200
北投溫泉一日遊	1	1800	2200

北投探索之旅	1	1000	1750
女巫村探險一日遊	1	950	1650
北投風情一日遊 Plus 版	1	1400	1650
探索溫泉行	1	900	1550
陽明山之旅	1	760	1500
農園之旅	1	760	1500
溫泉知性之旅	1	760	1500
尋訪山谷間的秘密	1	900	1499
歷史之旅—女巫的故鄉	1	900	1499
健康活養溫泉之生態紀行	1	850	1399
親近大自然的丹鳳山	1	830	1399
北投自然景觀之旅	1	850	1399
軍艦岩逍遙遊	1	689	1190
北投文化泡湯一日遊	1	650	1100
北投風情一日遊	1	800	1050
一日遊北投走透透行程	1	600	999
一日遊北投走透透行程	1	600	999
北投意猶未盡之旅之[北投 Feeling]	1	600	999
生態奇緣北投一日遊	1	600	999
丹鳳山半日遊	1	489	850
軍艦岩	1	500	850
貴子坑	1	500	850
北投 Spa,讓你 Relax	1	450	700
北投意猶未盡之旅之[讚嘆]	1	250	699
北投溫泉鄉健行	1	600	0
野戰北投	1	300	0
暖暖溫泉 探訪北投之旅(一日遊)	1	1200	0
浪漫溫馨情侶湯花戀	1	5000	0
小計 61 筆		110076	157494

(四) 總成績：由虛擬企業各項評分成績加總結果，見「表 11」。

表 11 虛擬文化生態旅遊虛擬競賽成績排名

名次	虛擬企業名稱	總成績
1	皇家鑽石旅行社	89.9
2	七逃人逗陣行旅行社	84.5
3	辛巴達旅行社_SinBaDa	83.5
4	活源旅行社	81.3
5	酷鎮總部	79.6
6	SenQ 旅遊	79.5
7	放樂線旅行社	78.4
8	嘟嘟旅行社	78.1
9	悠遊旅遊事業股份有限公司	76.7
10	4 季瘋旅行社	75.4
11	放你遊旅行社	75.0
12	樂遊網	74.8
13	沙米速旅行社	74.5
14	瘋往那裡去	72.0
15	古風旅行社	71.6
16	SUNNY TOUR 陽光假期旅行社	70.3
17	趴趴走旅行社	68.8
18	疾風旅行社	67.8
19	野戰傳說	66.9
20	暢遊無阻旅遊事業公司	66.0
21	蟠龍旅行社	65.2
22	真快活旅行社	65.0
13	易行旅遊事業股份有限公司	59.1
24	e-going 輕鬆遊旅行社	58.8
25	旅遊通旅行社	57.2
26	貝斯特旅行社	48.3
27	走透透旅行社	46.3
28	夢想家旅行社	45.7
29	易遊網旅行社	42.7
30	探索樂園歷險記	42.2

七、參考文獻

(一) 中文部分

1. 王思峰 (2002)：教育部創造力與創意設計教育師資培訓計畫-商學類-軟體與電子商務子計畫子模組「社群建立、典範反思與創造力」結案報告。
2. 杜威；姜文閔譯（民 81）。經驗與教育。台北市：五南圖書出版公司。
3. 陳伶秀、郭英峰(1999)。「商業現代化模擬競賽教學系統之建置」，第二屆商業現代化研討會論文集，pp.353-360。
4. 黃雲龍、徐嘉合譯（2001）：行動學習法(Krydtyna Weinstein 原著，Action Learning: A Practical Guide)，弘智出版。
5. 黃雲龍(民 92)。孕育創造力的線上學習模式：行動學習理論與專業學習歷程之初探。台北：國科會科學教育處整合型計劃總計劃：高等教育如何運用資訊科技來提昇學習應用科學的創造力子計劃(三)計劃書。
6. 黃雲龍、李昌雄、尚榮安（2002）：教育部顧問室「創造力中程發展計畫」，「創意學養-商學類-電子商務線上學習」結案報告。

(二) 西文部分

7. Brown, J. S. Collins, A. & Duguid, P. (1989). Situated cognition and the culture of learning. Educational Researcher, 18(1), p.32-p.42
8. Hiltz, S. R.(1994) The Virtual Classroom : Learning Without Limits via Computer Networks. Norwood, NJ: Ablex.
9. Hiltz, S. R., & Turoff, M. (1978). The network nation. Reading, MA: Addison-Wesley.
10. Lave, J. and Wenger, E. (1991). Situated learning. Legitimate peripheral participation. Cambridge: Cambridge University Press.
11. Rosenbaum, H. (2000). [Building a virtual economy to support L561: Electronic Commerce](#) Viewed September, School of Library and Information Science, Indiana University.

從溫柔鄉到「新」溫泉鄉：新北投休憩空間再發展機制的探究

黃 躍 雯*

摘 要

本研究主要從空間生產、消費文化與社會施為三個概念層次，來探討並解釋新北投在 1990 年代中期「再發展」的形成過程中，各個社會作用者的角色扮演及其所產生的力量。同時，本研究也對休憩空間演化論述中「再發展」的機制與問題，提供一些具理論意涵的經驗成果。

透過本研究發現，新北投由於擁有豐富的溫泉資源，早於日治時期即被開發為一休憩空間。歷經一個多世紀，該休憩空間曾發展極盛，卻在廢娼政策下旋即走向衰頹。1990 年代中期，該休憩空間又在地方社會與政府部門的努力下，設置溫泉博物館，也在該歷程中逐漸形成社區意識與行動力，明顯呈現「再發展」的現象。

亦即，首先是中央級的陽明山國家公園與地方級的溫泉博物館的設置，俱由國家機關奠定相當不錯的發展環境；而地方社會的努力與付出，以及運作其間的權力關係，更是再發展的重要機制，也促成了社區意識的形成。其後財團相繼進駐，帶動了高消費文化與形式，使得新北投的空間表徵與空間實踐迥異於過往；而為紓解陽明山國家公園的遊客壓力而打算興建於此的纜車車站議題，卻又使得社區凝聚力面臨嚴竣的考驗。

關鍵字：新北投、休憩空間、空間生產、消費文化

*世新大學觀光學系副教授，台北市 116 木柵路一段十七巷一號，0922-232-016，FAX：02-2236-1037，hwhuang@cc.shu.edu.tw

Abstact

Based on three conceptual categories of the production of space, the consuming culture and the social agency, we aim to analyze what roles the social agents play and what power they generate in the rejuvenation process of Bei-Tou area in the middle of 1990s. We also try to offer some experiences with theoretical significance for the mechanism and problems of rejuvenation in the evolution of the tourist space by this research.

Owing to its ubiquitous hot-spring resources, Bei-Tou has been a health resort since Japanese government's occupation. Throughout a century's development, Bei-Tou had hit the big time and then slumped with the annulment of the public prostitution policy. In the middle of 1990s, by the cooperation of the local communities and the government departments, Bei-Tou not only set up a hot-spring museum but also aggregated the community consciousness and executive ability, showing a vivid picture of "rejuvenation".

With the settlement of Yangmingshan National Park and Bei-Tou Hot Spring Museum, Bei-Tou area was built a solid base for its rejuvenation; Added to its local communities' efforts and power structure, the mechanism of rejuvenation was formulated and then catalyzed the aggregation of its community consciousness; The investment by some conglomerates provoke the consuming demand and behavior, changing the ways of its spatial practice and representation. Finally, the plan of cable tram for the relief of the tourist capacity in Yangmingshan National Park launch a harsh issue before the local communities.

Key Words: Bei-Tou, Tourist Space, the production of space, consuming culture

壹、前言

北投是台灣開發相當早，也是台北盆地開發最早的地方。早於清乾隆初期，即曾風光一時(林衡道,1971)。由於位處陽明山山麓延伸至平地的整個區塊，其發展順序是先平地，次而往山區有溫泉的地方開拓。其中平地聚落密集而定型的地方為通稱的「舊北投」；近山區溫泉資源豐富的地區為「新北投」¹，係日人最早進行較大規模的開發的地方之一（參見圖一），迄今已逾一個世紀。日人治台時著眼於北投地區的溫泉，遂開始修築道路、興建旅館，是形塑新北投成為休憩空間最早的一股力量。惟日本政府有意無意將「母國」地景空間移植複製在草山(亦即陽明山)溫泉區帶，使新北投乙帶成為在台日人洗滌溫泉、飲酒作樂，以抒解身心及慰藉鄉愁的地方(吳瓊芬,1989)。這種屬性的空間，在二次戰後國民政府治理初期，大致上亦然，而在一九五四年國民政府政策的支持下，北投「女侍應生住宿聯誼會」成立，北投更轉趨為合法的風化區，一種沾染情色的休憩空間儼然成形，同時也漸將北投的觀光事業推向極致；然而卻也因為淪為風月場所的污名，直接導致了一九七〇年代後期的沒落。一九七九年政府廢娼後，新北投溫泉產業跌至谷底，昔日弦歌繚繞的景象已成陳跡。

一九九〇年代起，國家與地方社會同時投入新北投空間的再造計畫，不僅改善了北投地區的實質環境，也為北投溫泉產業形塑新的意象，讓觀光事業在此重見春天。台北市政府於1996年通過「北投親水公園」計畫，之後「北投溫泉博物館」的設立，不僅活化了其前身「溫泉公共浴場」的使用價值，更因此帶動了地方社區的參與動力。另一方面，民間財團也看中了新北投觀光遊憩的再生潛力，紛紛挹注在休閒不動產的投資行列中，以取得最有利的商機(蔡惠芳,1999)。尤其是新北投的蓬勃發展與漸次轉型，近年來更是備受矚目，成為不少研究者的研究對象。

然而，在目前有關北投地區的研究中，多關注於傳統地方文史的研究(林衡道,1995；吳婉瑜,1997；洪德仁,1998；洪德俊,2000)，或是人文聚落景觀的研究取向(陳瑋鈴,1996；陳惠滿,1998)，或是針對北投該區域進行研究(蔡文彩,1967)，或是從較具體的溫泉建築空間變遷著眼(蔡慈鴻,1998)，或是展現空間規劃的巧思(許陽明、陳林頌、蔡孟珊,1999)，另也有從溫泉博物館的社區營力進行(莊孟榮,2001)。這些研究各著眼於某個向度，然對新北投如是的发展與演化情形，多未能提出有效的解釋、釐清相關的問題以及有系統的建構經驗知識；另外，這些研究的空間範疇，也大多籠統地涵蓋了整個北投地區(新、舊北投)。惟本文主要著眼於一個以溫泉資源開發所形成的休憩空間，其屬性如何演化的機制之探究。因此，主要將聚焦於新北投的研究，認為作為一休憩空間，它會因著不同的作用力而演化。在國家以禁娼政策中介新北投所導致一休憩空間的漸趨沈寂，她是如何「再發展」(復甦、回春)(rejuvenation)？相對於台灣其他盛極一時的休憩空間，多未能如此明顯再生，而她卻如Butler(1980)的假說「旅遊地生命週期階段論」，一個遊憩空間、旅

遊地會歷經探索(exploration)、投入(involvement)、發展(development)、穩定(consolidation)、停滯(stagnation)、衰落(decline)等階段，而今卻明顯出現再發展(復甦)(rejuvenation)現象。Butler(1980:9)再指出，要讓一旅遊地進入復甦階段，必須讓旅地發生根本的變化。要達到該變化有兩個途徑：其一，增加人造景觀吸引力；其二則是發揮未開發的自然旅遊資源的優勢，重新開啓市場。國內外有不少實證案例，大多與 Butler 的見解有關，或是受其影響，像國外的 Stansfield(1978)曾描述美國紐澤西州的城市亞特蘭大(Atlantic city)是如何在當地發展事業，以挽回已喪失的旅客；Meyer-Arendt(1985)也說明了美國路易斯安那州的大島嶼渡假村(Grand Island Resort)也因為環境設施的改變而產生變化.....；至於國內直接相關者則相當有限，李素馨(1995)主要認為旅遊地居民在不同階段會抱持不同的參與態度；江香樺(2002)僅在探究北投居民對於再發展的態度與行為；林熙弼(1995)則舉北港的實證，指出藉由一些推展觀光活動的策略，以帶動舊市區再發展，例如應加強市場機能、應創造新空間、提供新設施...等等。前兩位作者都認同一旅遊地點，將有其生命週期，惟僅著眼於居民的態度與行為之探究，未能進一步說明居民態度與行為與休憩空間演化如何關聯起來，第三位作者已指出空間的改變、重新形塑，乃至再結構應該具備的先決條件。誠然，這些研究在各個不同向度都各有其貢獻，惟對一休憩空間回春(再發展)經驗的理解或橫式的建構仍頗為欠缺。因此，本文擬進一步去分析各個作用者如何去營造並影響該休憩空間，使得已頹廢的休憩空間如何再回春。本文也認為，各個作用者因其結構位置的不同，可能有不同的運作方式；而且，他們也不見得各自運作，或許他們還會相互聯結或者是引發其他作用者的投入，這些都是本文要進一步探討的內容。

貳、新北投地方發展時空脈絡概述

北投雖然開發得早，據載約於十七世紀末期(約 1697 年)，即有郁永河來此開採硫磺礦。1894 年又有德籍商人奧利(Ouely)聽聞此地有溫泉，特來此興建俱樂部。但這些都仍屬小規模的點狀開發，真正較具規模發展，形塑成休憩空間，造成空間演化的動力，主要仍屬日本殖民政府對新北投的開發，以及二次戰後國民政府的廢娼政策：

一、日治時期

日本據台伊始，由於對洗滌溫泉的偏好，旋即全面勘查溫泉源頭，同時也開始有私人陸續前往各溫泉地點從事洗浴、利用的行為，甚至尋覓設置旅館的地點。在 1895 年，即有日裔平田源吾興建「天狗庵」，開啓北投溫泉旅館及溫泉空間行為的新頁；次年又有「松濤園(屋)」的築成，提供住宿、餐飲、泡洗溫泉等休憩利用，確立了新北投空間的休憩屬性，也見諸資本在該空間流動與積累的濫觴；再隔年則又有溫泉療養院的設置(陳瑋鈴，1996:94；蔡慈鴻，1998:25)。

由於溫泉利用的聲名漸為外界所聞，激起更多日人利用溫泉及藉以抒解鄉愁

的慾求，因此緊接著，即有公部門投入交通路線的開發，俾接駁前往利用。1897年既成的大稻埕至北投間的道路，成為新北投發展的基礎交通設施；1901年，北投至淡水鐵道開通，使得新北投發展遠景更被看好，投資經營者也日增；1915年，北門與北投開始有合乘的汽車行駛，且設置有新北投車站，便利了新北投與外界的交通(吳瓊芬，1989:14)，同時這也是肇引新北投休憩空間較具體轉化的第一波。

再者，則是裕仁皇太子來訪，也對北投造成相當大的衝擊，並引發觀光乘數(tourism multiplier)的效果。1923年4月25日係裕仁皇太子造訪新北投的日子。事前北投即配合做了相當多的新建或修築工作。例如增築北投公共浴場、修建北投和草山間的部份道路...，這些施設，都使得新北投在皇太子離去之後，更是聲名大噪(李瑞宗，1993)。根據中島春甫(1930:10)的統計，嗣後舊北投和新北投兩車站，即使在盛夏，一天也約有一千名乘客；而以自用汽車來遊者至少超過百輛；裕仁停留過的北投公共浴池，一年的旅客多達五萬人，平均每天約一百三、四十人。而當時溫泉業的經營數目約包括：旅館二十二家、料理飲食店及各種團體俱樂部二十二間、貸坐敷(妓女戶)二戶...，多為日人經營或壟斷使用。

這些都足以說明殖民「國家」在介入地方發展所引發對空間再結構的深遠影響。嗣而以國家為主要作用力所形成的休憩地點也隨之進駐，相繼闢建有休閒中心、招待所、別墅、廟宇...，成立俱樂部、療養院等。據陳惠滿(1998:88)的研究指出，新北投此時主要為日人所規劃，主要也日人所聚集，該等地景也都顯露著日本風味，迥異於舊北投，而顯現出歡樂鄉、仙境的特質，無異重塑著日本國內眾多的溫柔鄉，流露出一種特有的消費文化與消費形態特質。

二、日本戰敗至國民政府廢娼政策之前

新北投榮盛的景象隨著1956年日本戰敗而一度轉趨蕭條。原本在新北投經營溫泉旅館、浴池的日人，幾乎都被遣回日本。新北投先後改隸台北縣政府(1945年)及陽明山管理局(1949年)管轄。由於頓失以日人為主的消費文化與經濟，一時不知何去何從，然卻也在政府區域分工政策與制度設計下，將新北投以情色包裝，重新塑造並轉型為一以台籍人士為經營主體，日本觀光團及台灣商人為主要消費族群的情色空間，在短短幾年內再創新北投為第二個觀光發展鼎盛期。

所謂區域分工政策與制度設計，主要是指國家在光復初期即將北投指定為服務國際人士的地點，同時也於1951年核准「特種侍應生(公娼)管理辦法」，1954年又核准北投成立「女侍應生住宿戶聯誼會」，准允北投成為合法的風化區，規定旅館、公娼可以公開營業，女侍應生平日在住宿戶中聽候電話應召，可以在北投溫泉旅館正式執業。這種政策結果，使得北投區的旅館業可以以此為召號，增加旅館業一項經營的資源。溫泉加上侍應生，就成了北投旅館的最大特色。再加上1961年、1965年政府前後頒訂「獎勵投資條例」，以及推出各種獎勵措施，吸引業界在此興建觀光旅館，極盛時期觀光旅館由原本的22家遽增至60餘家，惟多屬小規模的旅館(引自蔡慈鴻，1998:36)；1974年，政府又通過解除五樓以上限建

措施，半年內即有 6 間旅館申請擴建及新建。許多旅館業，朝向大型量體發展，而不再是小規模申建。這段時間是北投地區地景變化最大的幾年，在空間的橫向與縱向皆有擴增，而這些地景空間的轉變，以及其透過空間結構的安排、政策的鼓勵，頗適合滋生特殊的情色消費文化以及空間行為，所再造成空間再結構的歷程。消費者也從日人改為美軍、台商，算是當期最大的特色。新北投轉型且被形塑為以服務買春客為主的情色空間，透過「限時專送」的接送²，被形容為「北投風景好，野雞到處跑」的特有風情。

三、北投廢娼以迄 1990 年代中期

北投廢娼以來，新北投地區發展明顯日趨沒落，一直要到 1990 年代中期以後，才又轉趨活絡。根據陳瑋鈴(1996)對照劉發泉(1975)所進行的實地比對調查指出，從 1975 年到 1996 年的 21 年內，共有 48 家旅館結束營業(原本有 63 家)，而只有 2 家係屬新開張(參見表三)。過去著名的旅館在歇業之後，多成為無人問問的廢墟，或改建成大廈和公寓，還有的改成料理店或餐廳繼續營業，也有少數改建成老人安養中心。而這些主要產業活動的興衰及其地景空間的演化，以及消費文化與形態的改變，更直接、間接影響產業結構以及社會結構與組織。新北投儼然從原來的繁榮盛景，回歸到平實無華的傳統聚落。

在廢娼之後，與新北投原本應有密切關聯的陽明山國家公園的設置(1958 年)，未因劃設之後帶來榮景，其中新北投劃入國家公園內的 2655.98 公頃土地(約占北投行政區的 47%)³，因為國家公園的保育管制而形同凍結的空間(下文將有說明)。在歷經十七年來，由於位處纜車規劃路線的起迄點，才將國家公園與新北投較為緊密地聯結起來，新北投恐將面臨再一次的空間與社會再結構，而發生在該地的消費文化，亦恐將是引動其間營力的觸媒。有關 1990 年代中期新北投休憩空間如何再發展與再次轉化，本文將於以下各章節進行分析。

註解 [u1]: 。

參、國家對新北投的著力暨地方社會的崛起

有不少研究都指出，國家機器是形塑空間最大的作用者(陳東升,1995；蘇一志,1997；黃躍雯,2002)，而國家即在其組織結構的配置，以及不同部門的安排下而形成國家的政策(Gottdiener,1987:142-143；陳東升,1995:23)。依此，我們觀察國家在空間的作為時，必須注意到從中央到地方政府等不同層級在地域權力分工下的政策施為。根據陳東升(1995:27-29)的研究指出，在解嚴前的 1980 年代，國家經濟之規劃與政策之制定，都是由中央政府執行和負責，地方政府政策的偏向性是在實現民選行政官員或民意代表所要求的利益(Gottdiener,1987:146)。

這反映在新北投歷經廢娼這二十餘年來地方重要建設——陽明山國家公園與溫泉博物館的設置，剛好代表著不同層級的國家施為的差異性。中央政府對新北投較大的施為，在於 1980 年代中期，於新北投部份範圍內劃設了國家公園；而地

方政府也在 1990 年代中期，設置溫泉博物館。兩者一前一後，相差僅約十年，但卻是台灣歷經政治經濟結構轉型相當劇烈的十年，也是台灣民間社會、社區意識崛起的年代。反映在新北投空間結構的演化上卻頗有差異。前者成立於威權體制時期，民間社會尚不明顯、民眾參與尚未蔚為風氣；因此國家公園的設置，完全由中央政府一手擘劃，幾乎都忽略了當地的主體性，也因此並未直接引動地方空間再結構；而後者卻在特有的政治關係下，由地方政府與地方社會共同推動當地的改造，影響當地空間與社會的再結構，茲分述如次：

一、中央政府設置陽明山國家公園

涵括新北投在內，連綿到陽明山的整片火山地區，由於饒富溫泉資源，早於日治時期的 1937 年，即曾被指定為國家公園⁴，後因中日及太平洋戰爭爆發而中止(內政部,1992:1732)；二次世界大戰後 1981 年，何應欽將軍再提議陽明山區設置為國家公園，案經內政部籌劃，終於 1985 年奉准成立。惟查諸該空間決策歷程，鮮少有當地居民參與，使得國家公園未融入新北投居民的生活或識覺空間中，根據一位北投區的里長說：「當時國家公園僅是召開一些說明會，或是由鄰、里長前來告知(居民)，至於整個規劃內容，當地居民並不太清楚」(K 君, 1996,10.10 受訪)。

再者，也由於國家公園的政策目標及管制精神，使得 1980 年代國家公園設置以來，未明顯對新北投的社會與空間造成即刻影響，甚至只會形成一「凍結的空間」--一個因保育管制而減緩發展，形同凍結的空間(黃躍雯, 1999)。按國家公園成立的終極目標(goal)為「為子孫保留下美好淨土」，而其策略目標(objectives)為：保育、遊憩、研究、教育(高明瑞,1990:288-305)。為達該等目標，國家公園係採土地分區(zoning)制度去管理園區土地。就新北投言，主要劃屬國家公園「一般管制區」、「特別景觀區」及「遊憩地」參種計畫分區，而「特別景觀區」係指無法以人力再造之特殊天然景致，而嚴格限制開發行為之地區；而「遊憩區」雖係規劃作為野外育樂活動，准許興建適當育樂設施及有限度資源利用行為之地區，然仍在一定規範之內從事開發，外界如意圖從事大規模投資開發並不容易⁵。也受到相關法規所管制。所謂「一般管制區」係指只准許原土地利用形態之地區。也就是新北投位在國家公園區內者，從國家公園計畫公告實施之後，原則上不得再改變原有使用方式，而應嚴格禁絕開發。根據當局早期從事國家公園規劃者指出：「陽明山國家公園設置以來，我們認為小油坑、大屯自然公園在發展順位上應該較優先…，至於較靠近新北投的，則有遊(八)(硫磺谷龍鳳谷遊憩區)…，因為新北投開發較早，有許多地區已開發過度，還有不少土雞城，…已失去做國家公園的條件，我們只想針對當地尚未開發的地方，好好管理…，好好維護」(S 君,2002 年 12 月 21 日受訪)。

就因為中央政府國家公園當局對新北投係採取較保守的管制與維護的態度，所以自從 1985 年陽明山國家公園設置以來，對該地區的空間轉化，多進行消極的管制，然並不代表對新北投休憩空間再發展未帶動其營力。據本研究對溫泉業者的調查，即曾表明：「在國家公園山腳下，仍有不錯的號召，也是選擇在這邊(新

北投)投資的重要原因」(R 君,2002 年 10 月 2 日受訪),可見國家公園設置後雖未見直接、即刻介入空間轉化與再結構,但卻因為保留住好山好水,成為日後再發展的不錯基礎。

二、地方政府設置溫泉博物館

根據莊孟榮(2001)的研究指出,帶動新北投休憩空間再發展的最主要動力係溫泉博物館的設立,莊君也認為推動博物館設的歷程,係北投國小一些教師努力的結果,這同時也是該地方社區意識凝聚的開始,甚至進一步解釋為時任國民大會代表許陽明先生的穿針引線才是關鍵。這些論點本文大致上也都認同(參見表一整理),然作為知識上的建構,如未進一步去辨明其底蘊,看清該結構關係,就容易太簡括其中的因果關係。首先,大家容易忽視台北市政府對新北投的空間識覺,及其空間決策的自主性。因為台北市政府也可以選擇不作為,或是不在該地方作為,或是僅僅設置溫泉博物館,如此,仍頗難帶動新北投的再發展;另外,溫泉博物館設置之後,如何去推動新北投休憩空間再發展,它必然要有帶動的作用者,甚且去營造再發展的環境...,這些事項都有進一步釐清的必要。

表一 推動溫泉博物館關鍵作用者及其施為簡表

	關鍵作用者	施 為 記 要
1994 夏	北投國小數位教師：呂源文、黃桂冠、謝淑鈴、許家寶等。	從文獻史藉發現，早於 1913 年新北投即存有溫泉公共浴場，隨即展開田野調查。
1994 冬、 1995 春	北投國小教師蔡麗美與北投醫師洪德仁。	知悉該浴場即將為主管機關台北縣政府拆除，改建為「公務人員遊憩中心」，開始向有關機關陳情予以保留。
1995 年 12 月	北投地方醫師洪德仁。	洪醫師將陳情書交予國大代表許陽明先生，經許代表同意全力處理。
1996 年 1 月	國民大會代表許陽明。	許代表向台北市長陳水扁報告此案，責交民政局局長陳哲男處理。
1996 年	民政局局長陳哲男。	邀請專家學者會勘，簽註評定該浴場為三級古蹟，提交台北市政會議，內政部等先後獲通過。
1998 年 3 月	台北市長陳水扁、民政局長李逸洋等。	北投溫泉博物館開工動土。
1998 年 10 月	台北市政府。	北投溫泉博物館整修完成，正式對外(收費)開放使用。

資料來源：主要整理自北投社季刊第二期,1999:42-44。

台北市政府從 1990 年代中期以來對新北投的重要計畫或施為，舉其犖犖者，也確有可觀的項目，也看得出台北市政府對新北投空間再發展著力甚深，同時也頗能反映地方的需求與期待(表二)。誠如 Castells(1981)的見解：地方政府是國家制度回應社會組織的最低層級，也是國家與市民社間最接近之點(closest point)，最能展現文化認同。周素卿與陳東升(1998)也曾為地方政府施政的深層原因作剖析。他們認為地方政府有其政策慣性與侷限性。在台灣向來以「發展掛帥」為意識形態，地方政府也類同，所追求的是地方經濟的蓬勃發展，希望透過經濟發展所累積的資源，來充實地方政府的財政資源，並取得地方民眾的政治支持，因此，與地方發展有關的政策，就會受到高度的重視。新北投雖係一曾經發展過的休憩空間，但畢竟擁有卓越的溫泉資源與地景，深具再發展的價值。尤其從 1994 年，台北市長改由民選，為了追求地方經濟發展並爭取政治支持，這種特質就更為明顯，更可說明台北市政府為何相當支持設置溫泉博物館，以及新北投再發展的結構性因素（參見表二）。

表二 台北市政府 1990 年代與新北投相關的重要計畫

重要計畫名稱	工程或計畫起迄時間	主要推動單位
北投溫泉親水公園計畫	預計民國 93 年 6 月完工	台北市政府都市發展局
北投溫泉博物館	民國 87 年整建完成並開放使用	台北市政府都市發展局、民政局

北投接至陽明山纜車計畫	預計民國 92 年動工,95 年完工	陽明山國家公園管理處, 台北市政府新建工程處
變更台北市北投溫泉親水公園附近地區細部計畫	民國 88 年 11 月公告	台北市政府都市發展局

資料來源：參考林志襄，2002；台北市政府新進工程處，2002。

溫泉博物館從修建乃至對外開放以來，也引發新北投相關計畫及工程的推出，溫泉議題再度被炒熱；地方社會的公共論壇(civic forum)空間擴增，大大提高了地方的能見度。有關北投及其溫泉在報章雜誌報導的次數與頻率頓時也增加許多，而這也是嗣後引起財團(溫泉業者)挹注資金很重要的原因。

作為地方政府的台北市政府，自有其運作邏輯，其對溫泉博物館的籌設，乃至新北投的再發展，自有其立場與主張，就早期曾參與決策的一位中階主管 L 君(2002 年 10 月 23 日受訪)即表示：「許陽明先生提出溫泉博物館的想法時，我們是有比較…關照，不過我們也是有從整體來思考，我們對新北投的發展是有所期待的。當時(約民國 84、85 年)，台北市政府正在推親山親水計畫，我們選擇了幾條路線，其中也包括新北投地區。因為它很有特色，有溫泉、有日據時期留下的溫泉旅館…，交通又方便，有捷運線，我們認為可以配合它改變一下，…我們做了一些都市計畫變更，請了郭中端教授作規劃，破舊環境也做了調整…，整個新北投公園也做了細部規劃設計…這是我們配合新北投的溫泉及遊憩的需求，所做的一些事情」。這些都說明了地方社會如何影響地方政府的空間決策，而在空間再結構的歷程，亦再影響各機關空間決策，共同快速地轉化該休憩空間的屬性。

肆、企業體(財團)進駐暨其影響

影響新北投 1990 年代休憩空間轉化與再發展的動力，固然受到溫泉博物館推動所造成地方第一波的影響，但真正引起外界普遍關注，提升休憩空間質感，區隔出該休憩空間與消費族群，帶動更多資本挹注在該空間者，應為中、大型企業體(財團)的進駐。前者，溫泉博物館在地方的建置，及仕紳共同促使地方政府營造的成果，主要仍(收費)開放供一般大眾使用，算是在地方社會的參與之下而促成了地方的再發展，開始吸引年輕學生及一般中產階級前來遊憩利用，消費族群與原本並無太大差別；而後者，中、大型財團進駐，更進一步吸引上流社會及權貴份子前來消費，渠等對空間及社會影響的層面、向度及深度較之前者要來得大了不少。

根據陳瑋鈴(1996:100)調查並比較 1975 年與 1996 年新北投溫泉旅館的房間數與等級(表三)，以及蔡慈鴻(1998:56)整理北投地區歷年溫泉旅館數量變化情形(表

四)，以及本研究的實查，可看得出在新北投再發展前的 1990 年代中期，溫泉旅館原本已趨式微，而且也漸「去色情化」，甚至也「去觀光化」，而走向樸實無華的「普通旅館」形態。

表三 1975 年、1996 年和 2003 年新北投溫泉旅館比較

旅館名稱	1975 年的資料		1996 年的資料		2003 年的資料	
	房間數	等 級	房間數	等 級	房間數	等 級
熱海飯店	280	A	279	B	198	不變
東南飯店	60	A			64	不變
新秀閣飯店	50	B	23	C		不變
新生莊別館	40	B				不變
龍門旅社	27	C				現改為隆門；餘不變
逸邨旅社	26	B	27	C		不變
牡丹莊旅社	26	C	10	C		不變
淺草別館	25	C			20	不變(名稱改為淺草溫泉生活館)
東皇旅社	25	C	12	C		不變
百樂匯飯店	23	B				裝修中，即將再開幕
花月旅社	22	C			17	不變(名稱改為花月生活館)
京都旅社	22	C	7	C	18	不變
松林旅社	21	C				不變
嘉賓閣旅社	20	C			47	嘉賓閣汽車旅館
鳳凰閣旅社	17	C			20	不變(房間數除外)

(續上頁)

金都旅社	16	C	20	C	20	不變(房間數除外)
新碧華旅社	16	C	10	C		不變
吟松閣旅社	14	C	20	C		不變(房間數除外)
月光旅社	12	C	12	C		不變
龍泉旅社	8	C				目前經營浴室，無房間
萬祥飯店【太平洋溫泉會館】	184	A				現為太平洋溫泉會館
南國飯店【春天酒店】	150	A	25	C	110	現為春天酒店
北投飯店【水美會館】	120	A			69	現為水美會館
龍城飯店【水都會館】	48	B			26	現為水都會館
美華閣飯店【亞太會館】	40	B				改為【亞太會館】，暫無房間
美樂莊旅社						
【亞爵溫泉會館】	24	C	12	C		現為亞爵溫泉會館，採會員制，無房間
	23	C				改建中，將作為會員制會館
迎賓閣旅社	20	C				正改建中，將建為春天酒店的雪春館
南美飯店	20	C				已拆除，現為天月
新台灣旅社	20	C	8	C		改建為飯店，名稱未定
新年莊旅社						
泉都溫泉休閒旅社			39	C	55	曾為華泉旅社，再為櫻花大廈，將二、三樓改建而成
綠原旅社	35	B				改建集合住宅
常新旅社	30	C				改建集合住宅
文華莊飯店	26	C				改建集合住宅
泉源莊旅社	23	C				改建集合住宅
別有天飯店	22	B				改建集合住宅
雅敘園旅社	22	C				改建集合住宅
玉川園飯店	20	C				改建集合住宅
泉樂莊旅社	20	C				改建集合住宅
金門旅社	18	C				改為集合住宅

(續上頁)

沂水旅社	17	C				改建集合住宅
白宮旅社	15	C				改建集合住宅
花園旅社	13	C				已改建大廈
美加莊旅社	12	C				改建集合住宅
文士閣旅社	12	C				改建集合住宅
峰月莊旅社	11	C				改建集合住宅
隨園旅社	10	C				改建集合住宅
黎明莊旅社	10	C				改建集合住宅
家園賓館	10	C				改建集合住宅
大觀旅社	9	C				改建集合住宅
美滿飯店	8	C				改建集合住宅
逸園旅社	6	C				改建集合住宅
合作旅社	6	C				改建集合住宅
梅月旅社	5	C				改建集合住宅
成功旅社	5	C				改建集合住宅
華南飯店	470	A				一堆廢墟
美多樂飯店	72	A				現為廢墟，無人管理
大屯旅社	22	C				已被拆除，改作地下停車場
皇家旅社	12	C				已成廢墟
金山莊旅社	10	C				夷為平地，土地公有
如蓬萊旅社	4	C				已不存在

資料來源：本研究參考劉發泉（1975）、陳瑋玲（1996）資料，並調查、訪談而得。其中 A 表示國際觀光旅館；B 表一般觀光旅館；C 表普通旅館。

表四 (新)北投地區歷年溫泉旅館數量的變化情形

年 代	溫泉旅館數量	統計來源(書名或期刊名稱)
1908	11	北投溫泉誌
1919	14	台灣商工便覽
1929	24	北投溫泉
1935	35	台灣鐵道旅行案内
1947	39	台北縣市商業誌
1975	63	劉發泉 1975 年台灣師大地理所碩士論文
1996	17	陳瑋鈴 1996 年台灣師大地理教育第 22 期
2003	25	北投溫泉協會 2003 年 8 月提供

資料來源：蔡慈鴻,1998:56

但是這六、七年來，這些溫泉業界卻納入另一類標榜著高格調的酒店或會館，引發另一種追求高品味的消費族群來此消費，一改過去以一般大眾為定位的消費形態，除了區隔原有休憩空間，也引發休憩空間的階級化，同時其對地方經濟、社會、文化的影響，也與早期溫泉旅館的影響頗有差別。

這些晚近進駐的重要企業體(財團)，主要包括有 1998 年四月間開始營運的春天酒店、2002 年開張的太平洋溫泉會館、亞太溫泉生活館、水美溫泉會館、水都北投溫泉會館等(表五)，其中尤以春天酒店起步較早，風格獨具，扮演著「火車頭」的地位，其餘旅店才相繼跟進（參見圖二）

表五 1990 年代中期以來進駐新北投的重要企業體（財團）

企業體（財團）名稱	營運行號	對外營運（販售） 時間(年)	備註
皇普建設	春天酒店	1998	源南國飯店
亞太飯店	亞太溫泉生活館 亞太皇家俱樂部	2002	
太平洋集團	太平洋溫泉會館	2002	原萬祥飯店
新北投溫泉浴室公司	水美溫泉會館	2002	原為北投大飯店
水都旅館公司	水都北投溫泉會館	原本即營業	原龍成飯店
成德建設	極上的湯	2002	尚在興建中
花月旅館公司	北投花月溫泉生活館	1999	原本即存在
國揚建設	天月	2003	以小套房方式出售
旭揚建設	悅園	2003	

資料來源：本研究調查整理

春天酒店是皇普建設經過五年的籌劃與改裝，斥資 9.7 億，把原來的南國飯店規劃設計成一結合後現代及新古典的精緻休憩空間，在其總體定立上，將目標客群定位在金字塔頂端之消費族、企業老闆、高階主管，以及擁有自由支配權之族群、單身貴族、雅痞、粉領族，住宿費用一度居北投之冠⁵。雖標榜高價位，住房率仍頗為可觀，假日幾乎全滿，非假日也常維持在八成八左右，2001 年總收入為 3.6 億(游榕大,2002:267)。由於春天酒店的盈收不俗，也能贏得消費者一定的口碑，也因而先後再吸引各大小財團先後進駐，也刻意在吸引一些高消費力的族群，像太平洋俱樂部即以會員制來區隔，其他有的是雙軌制，有的則從規劃設計去提升它的質感，以爭取高消費族群前來。

這些企業體的申辦歷程也獲得公部門特別的「照顧」。台北市政府即表示：「他們也很認真在經營，也有一定的口碑，而我們也希望新北投能有好的發展，所以

儘管X X仍是X X的執照，很多事情我們也儘量成全...」(L君,2002年10月23日受訪)。地方政府為追求地方發展與資本積累的現實，使得這些企業體(財團)的申辦還算順遂。

然而，自從春天酒店營運以來，該類型高級酒店或俱樂部對地方響仍多屬點狀，只在該幾近封閉式的空間內運作，對地方經濟文化、社會的影響仍然相當有限。根據蔡慈鴻(1998:157-160)的研究指出，「早期的溫泉旅館及其休閒活動對北投的產業結構產生很大的改變，也提供北投相當多的工作機會...，然而也因為未先行整體規劃，使得旅館過度集中，小規模開發...，地景顯得零亂，再加上色情引入，而造成地區污名化」。而1990年代新北投再發展的階段，財團所提供給地方的就業機會，仍只為其員工的10%至15%，僅從事房務員、清潔員、內務員、植栽園藝人員等有限的基層工作(S君,2002年10月2日受訪)，對地方影響其實不大，再從新北投一些重要道路之商店所販售的物品，亦與高級飯店無明顯關係，都可見該等旅館、酒店對地方經濟影響應該都相當有限。

也因為該類型俱樂部、酒店刻意營造、規劃與吸引外界高消費能力的族群，與當地居民關聯不密切，鮮少為當地居民所支持，甚至也會有鄰近居民趨前抗議的情事(S君,2002年10月2日受訪)，這些都說明了雙方的互斥或相互獨立性；如再從即將對北投在空間再結構造成極大影響的纜車興建議題，雙方面意見南轅北轍(業者支持V.S.居民反對)看來，更可見識到兩造在空間識覺的差異。

伍、消費文化的改變與空間的再現（表徵）

財團固然曾為新北投創造並區隔高消費力之休憩空間，而其所帶動新型態的消費文化，也再創造更多該類型休憩空間之需求與空間實質之建構。由以上表五春天酒店在1998年正式營業，隨後多家企業體也相繼跟進，即可說明。而言些財團或企業體以及消費者所共創的消費文化，在如何轉變中，以及其與休憩空間的關聯為何，更是值得進一步關切。

原本，在廢娼之後，新北投較熱門的旅遊景點與遊憩方式，是地熱谷的煮蛋、泡腳，北投文物館懷舊茗茶...等，遊客也多騎乘摩托車或搭乘公車前來，鮮少在當地住宿，旅館業頗為清淡；但在1990年代以來，確有較多私用轎車直接出入溫泉高級旅館，直接在該建築空間內從事休閒活動，他們對認識北投的興趣似乎不大，他們追求的是休憩的隱密性，是品質(品牌)的保障，或是商品的形象及其所提供的尊榮。「我們當然會想找一個品質有保障、質感較好的地方。一般溫泉浴室很雜亂，看起來很昏暗，我覺得在那裏泡澡並不舒服...」(一位俱樂部會員H君,2002年3月15日受訪)；但對於更多的一般大眾到新北投，洗滌溫泉除了健身之外，仍有一些懷舊的休憩動機。由於新北投曾是日治時期的風月場所，也曾是戰後的情色空間，擁有優美的地景、豐富的人文、藝術資源以及不少人的集體記憶，對一般大眾仍具有相當大的吸引力。溫泉旅館業者自然不會捨棄這種商機，因此，包

括財團在內的溫泉業者，都巧妙地運用空間或設施使用的設計、行銷手法的區隔，以召攬不同的消費者。而台北市政府更是，從溫泉博物館以來，一直都是以大眾懷舊為規劃的主軸，表現的，是較易懂且符合大眾化的藝術風格，可見其服務對象，主要仍以一般大眾為主。

隨著消費文化中主流品味作用的擴張，以及具有獨特聲望結構與生活方式的孤傲藝術(enslaved art)的解體，表現風格開始模糊不清，符號等級結構也因此開始消解，也瓦解了區分高雅文化與大眾文化的基礎(劉精明譯,2000)。台北市政府畢竟握有較大的資源與權力，其規劃方向與訴求重點，也因而將主導著地方軟硬體的規劃與經營風格，而適度改變原有的消費文化。

此外，再以將客群鎖定較頂級者的春天酒店為例，從較早期的「自掃門前雪」的經營方式，到目前也開始兼顧一般消費者的遊憩需求。例如除了星光酒廊的鋼琴、薩克斯風演奏之外，也兼及陽明山國家公園的生態半日遊服務；在經營手法上格外重視會員制的太平洋溫泉會館，在 DM（2002 年 11 月）上也不願忽視一般消費者喜好的景點，例如溫泉博物、佛寺...的引介與服務；而未刻意標榜高消費族群的嘉賓閣，則在其 DM（2002 年 11 月）上訴求「走進回憶的北投，也走出塵囂的繫絆。溫泉鄉的回憶中，紅檜孕育出的是文學的台灣，溫泉湧出愛意，潺潺不息是永恆...」。這些都可略為看出溫泉旅館面對消費文化所做的一些空間區隔，以及經營手法及行銷方式的調整，其目的不外不放棄追求不同消費層級的各種可能利潤。

溫泉業者為了追求更大的利潤，2001 年 6 月還共組一「北投溫泉發展協會」，希望結合各家的力量共同行銷，共同宣傳；而地方政府也同樣為了追求資本積累，使得產、官兩造的結盟已成態勢，雙方業於當年舉辦首屆北投「台北國際嘉年華會」，針對北投特有溫泉觀光產業及「那卡西」音樂文化，安排了系列訪古知新的活動。這種與台北市政府建置溫泉博物館引發懷舊休憩動機也頗為契合，共引發六萬人次的參訪；2002 年更以「湯花戀」名稱擴大舉行，時間大幅延長為半年(2002 年 10 月 31 日至 2003 年 4 月 30 日)，參訪人數至少超過 10 萬人次，目前則進一步籌劃 2003 年盛大的點活動。

從以上新北投近些年所展現的消費文化及方式，倒是透顯出幾個重點：其一，新北投也一樣難免成為資本主義擴張的基地。地方社會及政府為建構新的市場，透過廣告宣傳，刺激潛在的消費者，而這些消費者不僅僅在消費該休憩空間的使用價值，同時也在消費其意象或形象，從該意象中獲取情感體驗。意象與形象也部份取代了溫泉商品的使用價值。Ardono(1972)即曾對此提出評述：「一旦具有支配地位的交換價值正在取代使用價值時，商品將承負起文化聯繫與幻覺的功能。獨具匠心的廣告，能把各種意象附著於平庸的消費品之上」(Rose, 1978)；Jean Baudrillard 也進一步提出註解：「在消費的過程，必然導致對符碼進行積極的操縱」(劉精明譯,2000)，不管是何種等級的溫泉旅館，或是台北市政府都一樣。

其二，在該消費過程，藉由兩次大型嘉年華會以及一次業界所辦的「戀戀老

歌，溫泉那卡西」活動，原有存在新北投的社會性結構關係，似有消解的現象。幾家走高級精緻路線的溫泉業者，也不能免俗地被納入大型展售、博覽活動中。例如向來姿態較高、管理頗嚴的春天酒店，也一樣在活動廣場設櫃，也推出特惠活動的消費方式，不再是那樣孤傲，其他如太平洋、亞太等也都積極參與。過去由地方政府所舉辦的慶典活動通常都較為中規中矩，經改由溫泉發展協會主導之後，也更顯活潑、熱鬧，例如為彰顯北投源自「女巫」的意象，而打扮成女巫、吸血鬼...等「變裝大遊行」活動，以及聚集全省知名小吃的博覽會式美食嘉年華等都把新北投妝點得多極且熱鬧，其中台南、宜蘭等許多外縣市的一些小吃賣得相當好，消費者幾乎也忘了這是為誰、為何而舉辦的聚會，這種現象可以說是一種大眾文化向官方文化的顛覆與僭越，更是一種慶典活動中後現代商品含混、越界與併置的現象。

其三，新北投雖也曾出現消費文化騷動與失序的現象，但也見逐漸整合出「有序之失序」(ordered disorder)的態勢。新北投曾沈寂逾十五年，在溫泉博物館帶動再發展的人潮與商機，以及春天酒店的實質獲益所帶動業界的進駐，一時新北投人群在空間移動上以及觀光客在消費文化上，都頗有改變，也使得當地居民在面對這些失序與混亂迭有抱怨。但漸漸地，也在台北市政府主導的空間發展規劃及一段大眾消費習癖(habitus)的再養成，以及北投溫泉發展協會主辦一型嘉年華會中，漸漸轉趨兼顧不同消費層級的需求，讓不同消費族群的消費方式與內容，都併在新北投休憩空間中，在重組的過程，卻見「有序之失序」現象。

陸、纜車興建議題與社區意識的聚散

對於新北投休憩空間可能再轉化，對地方社會可能再結構的另一股重要作用力，應屬已決議興建的國家公園接連到新北投的空中纜車工程。這同時也是繼溫泉博物館之後，恐將對社區意識形成或社群解組的另一股動力。

空中纜車的興建，原本不似道路運輸那般直接關乎資本的流通效率與利益分配，它看來似乎只著重在點與點間的聯結，好像只是改變遊客空間移動的形式與路徑而已。而事實上，從北投纜車案議題的產生，到公共領域的論辯歷程，都可以有另一番解讀。

從 1980 年左右，最早提議架設纜車以提振觀光產業的北投地方社會，仍只停留在「只聞樓梯響」的階段。經過陽明山國公園從 1989 年為抒解遊憩壓力而開始積極研議，一直到 2003 年台北市政府確定將 BOT 方式招商興建，歷經二十餘年從大眾議程(public agenda)到政策議程(policy agenda)的整個歷程，新北投纜車在不同時空，所被賦予的角色，以及地方的支持情形，都有相當程度的轉變(如表五)：

表五 新北投興建纜車重要決策歷程

時間(年)	倡議(主事)者	倡議背景與動機	倡議及決定事項
-------	---------	---------	---------

1979	北投地方社會	北投廢娼後，經濟蕭條，為提振北投地方經濟，發展觀光。	未有實質動作，仍屬研議階段
1989	陽明山國家公園管理處	為改善陽明山國家公園交通問題，提高遊憩品質。	建議起迄點皆設於國家公園，內再由接駁公車接送至捷運站
1993(5 月)	內政部國家公園計劃委員會	為解決陽明山國家公園內交通問題。	應整體考量，請協調台北市政府妥訂整體方案
1993(8 月)	北投區公所	振興北投經濟，發展觀光事業	1. 請台北市政府提指定專責單位規劃及推動 2. 請國家公園原規劃路線延長至新北投公園
1993(11 月)	陽明山國家公園(主辦) 台北市政府(協辦)	基於觀光價值，並促進地方發展。	原則依陽明山國家公園新定路線辦理，但應兼顧生態保育與資源利用
1998	台北市政府(接辦)	基於提供及增進台北市民遊憩利用	積極辦理環境評估及民意溝通
2002	台北市政府	帶動地方繁榮；提高台北市民旅遊品質；配合中央觀光客倍增計劃，營造旅遊環境。	決定於 2003 年 4 月以 BOT 方式興辦。

資料來源：台北市政府工務局新建工程處，2000。

由於新北投興建纜車的決策過程，也是台灣歷經解嚴以來國家社會解組的過程。在該過程，可以見識到地方社會力勃興，以及社區意識和地方自主性的逐漸形成。國家為了治理的正當性，也轉趨重視居民參與地方建設和開發。地方社會在歷經推動溫泉博物館的設置之後，各公、私部門和組織的聯繫更加頻繁，社區意識也在慢慢凝聚當中；而接通到陽明山第二停車場的纜車，由於支持者與反對者的正反意見不一，本議題因而引發主體性、自主性的辯論，開展另一公共領域(public sphere)的論戰。

一般而言，業者意見較為一致，幾乎全數表示支持，據一位溫泉業者(H君,2002.6.5)表示：「建了纜車，將來可將國家公園的遊客帶到北投洗溫泉、消費；如果從這邊(新北投)上去的，也多少會在這邊消費，我們認為應該只有好處。」

至於一般居民，意見則較為分歧。根據實查及一些文獻資料顯示⁶，社區居民與里長支持纜車興建的程度，與距離遠近成正比；居民與溫泉業者的支持程度亦有差異。在研究區中，距離稍遠的中心里里長江正義和長安里前里長陳炳文，都表示有條件的支持纜車設置，他們說：「贊成設置纜車，但是政府要有配套措施。例如環保問題呀，交通問題呀，都要能解決。…雖然也有里民在反對，但是不能只考慮少數，而是要全面來著想，整體考量，整個趨勢來考量…」(2002 年 10 月 16 日受訪)；距離最近，衝擊最大的林泉里張聿文里長則強力反對，他說：「這項規劃、建設對北投地區到底有何幫助？居民在政府禁娼之後，好不容易才提升了居住品質，習慣了安靜的生活，現在可能再一次受到極大的影響，…居民就曾因

捷運的開駛而去抗議。纜車的開發，應該要尊重居民的意願及角色，而不該只是一昧地只重視業者的需求。」「這項建設計畫，…，遊客使用大眾運輸工具至新北投後，繼而改搭纜車上陽明山，…根本不會到北投觀光消費。…北投也沒什麼特產可以賣。…北投也不是沒有人(遊客)，只是捷運站旁就有便利商店、超商…，遊客買了就走…，這裏根本沒有繁榮的機制」(張聿文,2002年10月17日與11月2日受訪)。其他如八頭里仁協會理事長陳慧慈，以及絕大多數的社區媽媽也都反對纜車的興建(聯合報,2002年8月1日<18版>)。

從這些訪談及調查中發現，纜車在居民的識覺中，還是肩負資源與利益交換的角色，某種向度來看，它仍然是都市系統中的交換元素，是都市流動模式的表現(an expression of urban flow patterns)與決定都市發展的重要元素(Castells, 1977; 楊子葆, 1990)。

另外，吾人也可察覺，當地的“里”並不完全是支持纜車的堅實單元。里長對纜車的態度，也衝擊到社區意識的聚散。過去，“里”原本是都市的最小單元，是國家體制的末梢。經驗上，它應該是選舉的樁腳，是地方政府有力的支持者。但在國家社會的轉型中，里的角色也悄悄在遞變，例如林泉里的「里政」即頗為社區化⁷。它與社區事務頗為緊密結合，立場也往往與社區組織一致，在反對纜車的議題上，即與八頭里仁協會相互串聯，同聲反對。

但也不是所有的組織都反對纜車，至少溫泉業者、中心、長安里里長等傾向支持，北投文化基金會則持保留態度。由於立場的不同，多少也開始出現一些介蒂情形，林泉里張聿文里長即對某一社區組織有所微辭：「...我們在社區團體串聯反纜車運動時，他們不願加入，…說是他們組織才剛成立，不願意來，…關係變得很微妙，還有，他們跟公部門走得太近了，…很可能會失去立場...」(2002年10月17日受訪)。足見纜車的議題，使得原本興起的社區意識及凝聚力，卻又動搖起來，空間尚未因纜車而改變之前，社區凝聚力已出現崩解的危機，也使得新北投再發展的方向與問題上都起了變化。

柒、結論與討論

綜合以上各節的論述可以發現，新北投在「再發展」的營力過程，國家仍扮演最為關鍵性的角色。中央政府——國家公園當局，為新北投的再發展，營造及保育住一不錯的地景及環境；而地方政府——台北市政府，本其部門運作邏輯及行政官僚的利益，積極在營造新北投為一新休憩空間。質言之，如果沒有國家的作為，新北投確頗難從過去沈寂的聚落空間再發展為新形態的休憩空間，且發展出有別於廢娼以前的情色溫柔鄉；另外，相對於國家的地方社會，在該再發展歷程，也轉趨積極與自主。一群當地北投國小教師的推動與地方人士與市府特定時空的政治關係，使得由地方社會推動的溫泉博物館的設置與營運，確也引發新北投休憩空間再發展的能動性，更帶動私部門，特別是財團的相繼投入；再者，以

春天酒店為代表的中小型企業體（財團），也鑑於資本主義社會的極化發展，使得高格調、高消費的休憩空間在北投的發展成為可能。其後即有不少中、大型企業體（財團）相繼進駐，吸引另一族群前來消費，形成新北投新興消費文化；也由於消費文化的改變，影響到空間的實踐以及空間的表徵，但卻又在競逐不同消費族群利益的同時，藉由辦活動以及空間的規劃設計，使得新北投併置著不同的消費空間、形態及文化。

另外，在本研究中亦有些發現，有別於一些從國家理論論述國家機器如何形構(休憩)空間的研究，而是將鉅形理論再予檢視，認為社會作用者亦有其一定的營力，尤其是社區意識具體的浮現、主體性的建構，以及行政組織的社區化等，頗值得進一步探究：首先，在推動溫泉博物館設置時，其社區「生命共同體」意識，在該歷程儼然成形，居民有共同關心的議題，有對地方共同的認同，但卻也在纜車議題時，有趨於崩解之虞。除了肇因於大家對地方“畛域”認知的不同：有人拘泥於“新北投”，有人從整個北投，甚至整個台北盆地來思考；再者，即是大家的地方感(sense of place)起了變化。Harvey(1985, 254-255)認為所謂社區及社區意識，如從貨幣和資本的社群來看，這類地方不過是一些相鄰造起的空間、分開的市鎮；但如從人的角度來看，這些地方有其品質，是特定地方感的中心。原本大家在共推溫泉物館時，是有一共同的地域感中心，社區意識易於凝聚，但隨著公部門進行營運，組織內因纜車而有猜疑時，社區的內聚力有崩解之虞。北投文化基金會理事長洪德仁(2003年2月12日受訪)鑑於此種危機，即非常積極揉和各界的資源與力量，他希望北投的再發展，能從凝聚社區力量開始。他曾考慮爭取台北市政府溫泉博物館的委託經營案，希望藉由社區各組織、人員共同的投入，能有更密切的互動，社區才會有良性的發展⁸。也就是地方也意識到社區要有共同認同的文化地景，那是大家共同的精神地標，才能形成社區地域的中心，社區意識才能真正形成。

其次，攸關地方休憩空間再發展的主體性建構，亦為居民隱微而卻也存在的問題。社區在新北投的觀光發展上，常在質疑是為北投居民，還是全體台北市民而發展？抑或是為全台的觀光遊客而發展？也有受訪者仍懷念廢娼以來靜謐的居家生活，認為沒有必要發展觀光。但本研究以為，新北投的觀光發展不完全是社會作用者偶發的事件，它更是在歷史結構發展下，必然的趨向。緣於大環境觀光發展的需求，新北投以其地理區位、豐富的溫泉資源而開發得早，但這就意味著它的成果是由(新)北投人所創造出來嗎？它就只能為新北投人所獨享？固然國家在調節資源利益分配共享，勢必與居民的本位有所差異，但這仍應透過規劃手法，將衝擊減到最少，而不宜偏狹地自我封閉。洪德仁(2003年2月12日受訪)即又進一步指出：「21世紀知識經濟的時代，社區發展的關鍵是要跟外界建立互動合作的機制…」「我們要如何做好自己的東西(社區)，拿它來跟別人分享，這樣將會回饋到自己的生活...」。以「外來的在地人」自居的溫泉協會總幹事黃清泉說：「我以遷住到這裡為榮，因為這裡已經揮別過去那種給人色情的意象，取而代之的，它

已經有國際的視野與深度」，也就是說，部分當地人也意識到主體性的建構，應有更寬廣的內涵，才是發展永續社區的基礎。

最後，是地方行政組織的社區化。不只是北投區公所常配合或協助社區辦理一些活動，即使是「里長伯」，原本應該只是行政系統的最基層單元，被視為地方選舉綁樁的對象，經過這些年的蛻變，部份里長，開始對社區的發展有較多的重視與付出，與一些社區組織的努力相較也不遑多讓。他們在勾勒新北投未來發展的願景、他們在思索新北投新興消費文化與空間北投人應有的對應態度，新北投休憩空間再發展的意義…，所以有的里長直接反對公部門的纜車，也質疑外來財團對地方的貢獻，他們的空間實踐直接放在地方環境的重建，例如人行道的整修、資源的回收利用等等，甚至是反對將新北投營造「外地人」休憩空間的場所。當然，這些里長也不見得同調，但參與社區發展的努力，相較過去都提升了許多，服務的性質亦較廣博而深入，這種「村里社區化」的發展空間，應也為地方再發展的營力納入新血輪。

總之，新北投從一聞名的溫柔鄉轉化為「新」溫泉鄉，其主要的營力與機制，主要除了係公部門將其營造成一具有再發展的環境，其次就是來自地方社會的努力，以及財團資金和經營理念的引入。而地方社會在「生命共同體」意識的凝聚在主體性的建構以及村里社區人努力，再再都使新北投「再發展」為一具社區型態的「新」溫泉鄉。

註 釋

- 1 北投，從她的區位條件及發展歷程，可區分為新、舊北投，主要係以光明路為界，以南靠近平地處開發較早，為舊北投；以北靠近山區處，有較多的溫泉資源，為新北投，請參閱圖一。然地景空間有其延續性，往往不宜截然區分，本文必要時仍以“北投”泛稱。
- 2 所謂「限時專送」，早期主要是指將特種（性）服務業小姐，接送至待服務客人之機車接送服務之謂。當時另一方面也為躲避警察臨檢，而產生之變通接駁方式。
至今，尚保留部份該項服務，惟主要在服務山區居民代為購買民生用品，或山區趕時間居民之代步服務。
- 3 新北投僅有部份在國家公園範圍內，請參考圖一之標示，大抵上沿著陽投公路道路中心兩旁 25 公尺以內係屬國家公園，而其南目前有建物部份，皆屬範圍外。

- 4 日本治台伊始，即表情新北投的溫泉資源，1929 年派遣日人本多博士進行調查大屯、草山乙帶，1937 年經總督府指定為國立（家）公園，範圍與民國 74 年國民政府正式成立陽明山國家公園時有些不同，惟都包括了當今新北投靠近山區之區塊。
- 5 春天酒店於 1998 年四月底開始營運時，住宿收費約比其他條件相仿之旅館高出一、二千元，9 坪單人房最低收費 5,800 元，創新北投之新高。惟新北投嗣後又陸續成立或改裝的幾家豪華型溫泉旅館，例如太平洋北投溫泉會館、水美、水都、北投花月等的住宿房價也直逼而上，同屬 9 坪的客房，太平洋甚至訂價高達 6,600 元。
- 6 在新北投建有溫泉旅館的區塊中，主要有林泉、中心、長安與溫泉等四個里與纜車較有關係。其中尤以林泉里為纜車直接在上空經過，且建有終始站。中心里與長安里緊鄰在側，溫泉里則稍遠。根據主辦單位—台北市政府工務局新建工程處 2003 年元月 8 日口頭的說明，在歷次對纜車支持度的調查（包括居民抽樣及普查），居民對纜車的平均支持度，一直維持在 60% 以上，最高曾達到 75%。惟再查聯美環保科技公司 2001 年 10 月 15 日的調查資料林泉、中心、長安三個里的贊成比例為 38.2 %、37.1%、31.3%，反對的比例為 47.1%、51.4%、31.3%；而距離稍遠的溫泉里則相反，贊成為 63.6%，反對為 9.1%（台北市政府工務局新建工程處,2002：附 9-10）。
- 7 林泉里里長的「里政」，相較於其他里，明顯「社區化」多了。張聿文先生從民國 87 年當選里長以來，不只做里政工作——服務選民、推動里政，還致力於地方環保、古蹟維護、文史保存等工作。在 2002 年 10 月 17 日受訪時他認為里政不可能與社區活動脫節，所以他積極參與八頭里仁協會、北投生態協會、環保媽媽等所辦的活動，甚至還主動引導議題，例如反對纜車新北投站的設置。
- 8 洪德仁先生，祖先世居北投三百餘年，他本身則為任職北投的耳鼻喉科醫生。1995 年，他與地方人士為保護北投溫泉浴場，共組「八頭里仁協會」，曾擔任過兩屆理事長，目前則擔任「北投文化基金會」董事長，重點除在維護北投文物、提昇地方生活質感外，更將重心放在社區總體營造方面。

引用文獻

中島春甫(1930)北近郊北投，草山溫泉案內，王秀美譯，陽明山國家公園管理處編，

- 尖帽峽：38-46。
- 內政部(1992)內政部部史：1730-1754。
- 江大樹、陳明訓、鄭玉崧(2001)社區重建中村里長的角色，活力社區：七月號第3期：1-2。
- 江香樺(2002)北投居民對觀光再發展之認知與態度研究，世新大學觀光學系未出版碩士論文。
- 李瑞宗(1993)太子殿下訪草山，陽明山國家公園專輯—人文篇，大自然季刊，41：p40-101。
- 李素馨、蔡淑美(1995)民眾參與在觀光規劃中之應用，觀光研究學報，1(1):66-79。
- 周素卿、陳東升(1998)“基層選舉下的地方政治與經濟利益：以房地產開發為例”，兩岸基層選舉與政治社會變遷，台北：月旦出版社。
- 林衡道(1971)“北投溫泉的風光”，台北文獻，13.14:53-60。
- 林志寰(2002)北投非營利組織對居住環境影響之研究，台北大學地政學系未出版碩士論文。
- 林熙弼(1994)舊市中心區再開發推展觀光策略之研究：以北港為例，成功大學都市計劃研究所未出版碩士論文。
- 吳婉瑜(1997)再會吧！溫泉鄉的溫柔，天下雜誌，189：182-186。
- 吳瓊芬(1989)陽明山地景變遷之研究，台灣大學土木工程研究所碩士論文。
- 洪德俊(2000)北投溫泉發展史，北投采風：34-39。
- 保繼剛、楚義芳(2001)旅遊地理學(修訂版)，北京：高等教育出版社。
- 洪德仁(1998)溫泉鄉之戀—走一趟北投溫泉文化史蹟，北投社：30。
- 洪德仁(2000)北投采風，台北：人人出版社。
- 高明瑞(1989)台灣地區國家公園目標與認知差異之研究，台灣銀行季刊，40(4):288-305。
- 許陽明、陳林頌、蔡孟珊(1999)北投溫泉女性空間與休閒規劃，婦女與休閒研討會論文集，中華民國戶外遊憩學會主辦。
- 莊孟榮(2001)探討北投溫泉博物館的形塑過程與居民參與機制，雲林科技大學工業設計系未出版碩士論文。
- 陳漢光(1970)北投區之歷史沿革，臺北文獻，1112:1-10。
- 陳東升(1995)金權城市，台北：巨流出版社。
- 陳瑋鈴(1996)新北投溫泉聚落的變遷，師範大學地理教育，22:91-107。
- 陳惠滿(1998)北投聚落景觀變遷的研究—人文生態觀點之探討，台灣師範大學地理系未出版碩士論文。
- 陽明山國家公園管理處(1991)國家公園經營管理相關法規彙編，台北：陽明山國家公園管理處。
- 張景森(1990)“地方政府、民眾組織與地方計劃：九〇年代規劃的政治經濟學”，國土規劃的挑戰，159-176。

- 黃躍雯(2000)台灣國家公園原住民保留地政策—制度與空間觀點的檢視，國家公園學報，9(2):182-198。
- 彭瑞東(1997)烏來風景特定區發展之實證研究—生命週期概念之應用與驗證，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。
- 游榕大(2002)北投「最火」的旅館老闆謝正村，財訊，七月號：266-268。
- 經濟部中小企業處(2001)九十年度「社區暨地方特色產業輔導計畫」新北投溫泉產業輔導計畫。
- 楊子葆(1990)台灣都市交通政策的政治經濟學分析，台灣社會研究季刊，第三卷第二、三期合刊本：33-103。
- 臺北市府工務局新建工程處(2002)北投線空中纜車計劃預先評估環境影響報告書。
- 廖美莉(2000)九份再發展之研究—聚落再發展理論之建構，台北大學都市計劃研究所未出版碩士論文。
- 蔡惠芳(2000)休閒不動產看俏，財團爭相卡位，工商時報，2月25日。
- 蔡文彩(1967)北投市街之研究，文化大學地學研究所未出版碩士論文。
- 劉精明譯(2000)消費文化與后現代主義，南京：譯林出版社。
- 劉發泉(1975)台北市士林區與北投區聚落地理之比較研究，台灣師範大學地理所未出版碩士論文。
- 蘇一志(1997)恆春地區觀光遊憩空間之演化，台灣大學地理學研究所未出版博士論文。
- Butler, R. W.(1980) , The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources, Canadian Geographer, 24:5-12.
- Gottdiener, M. (1987), The Decline of Urban Politics: Political Theory and the Crisis of the Local State, London: Sage.
- Castells, M. (1981), “Local government, urban Crisis and political change”, in Zeitlin, Manuce ed., Political Power and Social Theory, Vol.2, Greenwich, Connecticut: JAI Press, 1-19.
- Meyer-Arendt, K. J.(1985), “The Grand Isle, Louisiana resort cycle”, Annals of Tourism Research, 12 : 28-43。
- Stansfield, C.(1978) , “Atlantic City and the resort cycle: background to the legalization of gambling”, Annals of Tourism Research, 5: 238-251.
- Rose, G. (1978), The Melancholy Science: An Introduction to the Thought of Theodor W. Adorno, London: Macmillan.