

計畫名稱	商店街區營造計畫		
計畫期程	113/01/01~115/12/31	計畫總經費(仟元)	150,000
主要工作項目	<p>為提升本市商圈形象，建構商圈品牌價值，蓄積商圈動能，推升商圈競爭力，本計畫透過以下工作項目執行：</p> <p>1. 店家進駐商圈輔導計畫案： 每年輔導至少 3 組優質創業團隊進駐商圈，補助租金、裝潢等開業所需經費。</p> <p>2. 高雄商圈環境優化工程： 配合高雄車站施工，每年擇定 1 至 2 處表參道商圈進行優化改造試行。</p> <p>3. 商圈嘉年華： 透過串連高雄 30 餘個商圈，舉辦商圈嘉年華活動，共同行銷高雄商圈。</p>		
問題評析	<p>1. 優勢： 高雄表參道八大商圈，商圈形象特色鮮明及商家型態多元，有年貨知名商圈「三鳳中街」、美食觀光商圈「六合觀光夜市」、販賣成衣知名「後驛商圈」、「長明商圈」、「南華商圈」、販賣皮鞋知名「大連商圈」、以及年輕人流行指標「新堀江商圈」、「中央公園商圈」等，商圈店家聚集，滿足消費者需求。</p> <p>2. 劣勢： 大部分商圈店家由傳統年長者經營，觀念上較為守舊，商品於網路上可替代性商品較高，無法配合消費者型態轉變而有所調整，因而缺乏營運及行銷新思維，無法有效吸引人潮前來消費。</p> <p>3. 機會： 鐵路地下化縫合前後站紋理及串連車站周邊商圈，重新定位高雄表參道商圈形象，建構的一豎（中山路）六橫（熱河街、九如路、建國路、八德路、七賢路、六合路）造街計畫，並透過捷運、火車、自行車等綠色廊帶交通便利性，可望串聯商圈，並透過整體環境營造及政策支持青年創業，鼓勵青年進駐商圈創業，重新形塑商圈品牌，以吸引消費者重新回歸商圈消費。</p> <p>4. 威脅： 電商崛起帶動網路購物之新商業模式，百貨商場納入以前傳統大型街邊店，如 9*9 文具店、康是美等，讓消費者不再僅有商圈一站式購物選擇，而是實體店面往百貨商場、消費購物往電商消費，衝擊傳統商圈競爭力節節敗退。</p>		

選擇方案及替代方案之成本效益分析

近年商圈經營受疫情影響與電商崛起衝擊，如持續維持現況未能引入創新與改善措施，店家恐因經營不易退出商圈，導致商圈沒落與消失。為改善商圈營運，目前除協助店家轉型，也積極爭取中央資源，全力扶植商圈。