

國立臺灣師範大學

地理學系第一屆地理碩士在職專班論文

板橋婚禮產業的地景形塑



指導教授：張峻嘉

研究生：陳怡帆

中華民國一〇八年六月

目次

謝辭·····	I
中文摘要·····	II
英文摘要·····	III
表次·····	IV
圖次·····	V
照片次·····	VI
第一章 序論·····	1
第一節 研究動機與研究目的·····	1
第二節 文獻回顧·····	5
第三節 研究概念·····	9
第四節 研究架構與方法·····	16
第二章 板橋婚禮禮俗的內涵與商店地景·····	20
第一節 板橋地區婚俗內涵的演變·····	20
第二節 婚禮禮俗的消費代表物與商店特性·····	44
第三章 板橋婚禮產業與都市發展的關係·····	53
第一節 自然環境·····	53
第二節 板橋地區戰前的發展·····	55
第三節 板橋地區戰後的發展·····	83
第四節 板橋地區婚禮產業與都市發展·····	125
第四章 板橋婚禮產業專業街的地景形塑·····	156
第一節 南門街—喜餅街的地景形塑·····	156
第二節 後站地區—婚紗街的地景形塑·····	191
第五章 結論·····	213
第一節 研究發現·····	213
第二節 後續研究·····	216
附錄·····	217
參考文獻·····	218

謝 辭

2019 年 7 月，碩士論文定稿完成。首先感謝指導教授張峻嘉老師，每逢周一研究室 meeting 時光，聚餐聊天總能緩減一下緊張感。阿嘉老師總是很慈祥的引導，讓我能突破盲點走對方向。老師面對我的各種疑惑，總是細心說明沒有一絲不耐，非常感謝老師！也謝謝研究室的夥伴，玟璇、柏學、子穎和羿安的陪伴與意見，我們一起度過這段上進又歡樂的時光。

謝謝系上老師們的指導，林聖欽老師、譚鴻仁老師、蘇淑娟老師、韋煙灶老師、廖學誠老師、郭乃文老師、林宗儀老師、張國禎老師、周學政老師、陳哲銘老師、汪明輝、翁叔平和洪立三老師，您們的教學給予了我論文各種面向思考。

感謝擔任我的口試委員的林聖欽老師和吳幸玲老師，耐心的看完我的論文並給予我建議，讓我的研究能更完整。

最後是我的家人與朋友們，謝謝爸爸和媽媽的支持，最親愛的姊姊總給予我鼓勵，摯友雅婷在心靈與英文的支援，親愛的老公是我最大的心靈支柱。這條路上還有許多朋友的陪伴，謝謝你們的溫暖。

在地理這個領域，總覺得自己表現不夠好。抱持著不斷努力下去，總有一天愚公總能移山的心情念了碩士。今年終於達成自己的目標，期勉自己未來的選擇，即使困難也能堅持下去。

國立臺灣師範大學地理碩士在職專班論文摘要

研究所別：地理碩士在職專班論文

論文名稱：板橋婚禮產業的地景形塑

指導教授：張峻嘉

研 究 生：陳怡帆

論文內容：共一冊，文約十二萬餘字，共分五章十二節，並以四百餘字說明。

摘要

本研究以板橋的喜餅街和婚紗街做個案研究，企圖將文化與空間建立關聯，說明文化地景的形塑過程。

板橋地區在漳州移民、日本殖民影響與戰後台灣的社會文化變遷下，形成了當代的婚俗樣貌。這些婚俗物品，藉由諧音、物的功能、特性或儀式流程，呈現了社會的價值觀與禁忌。其中，舊式婚俗喜餅業和新式婚俗婚紗攝影產業，具有選購性中地物的特性，區位特徵為聚集經濟取向。而板橋喜餅街和婚紗街的出現，與都市階層相關。

戰後板橋隨著台北都會區發展，成為鄉村移民遷移就業之衛星都市。1990年代，板橋婚紗街與喜餅街依序成形，呼應了衛星都市轉型階段的發展。2000年後，在新板橋特定區域發展下，都市機能趨完備，成為台北都會區之副都心。雖然舊車站商圈衰退，但至2010年前板橋婚禮產業，仍維持發展未衰。

喜餅業和婚紗業的符號選擇，都具有特定文化傾向，再分別以大眾傳媒，推動板橋婚禮專業街形象。地方政府透過集團結婚和介壽婚紗公園的塑造，改變了公園戒嚴的政治意涵，轉為婚禮符號的文化地景。

關鍵詞：板橋、婚紗街、喜餅街、符號、第三空間

Abstract

This is a case study of wedding pastry street and bridal photography street in Banqiao. This study intends to explore the connection between the culture and the environment, and to explain the process of shaping the culture landscape.

Banqiao wedding customs came from Zhangzhou and Japanese culture. Wedding customs objects present social value and taboo through euphony, functions, feature and ceremony process. Wedding pastry and bridal photography, as part of shopping goods, prefer to agglomeration location. This study proves that wedding pastry street and bridal photography street related the hierarchical system of cities.

This study found that Banqiao became a satellite city of Taipei Metropolitan Area in postwar Taiwan. In 1990s, wedding pastry street and bridal photography street in Banqiao became a specialized commercial district, which reflected the transformed stage of satellite city development. After 2000, Banqiao became a sub-city center of Taipei Metropolitan Area. Despite the decline of old Banqiao train station business district, the wedding industry in Banqiao had been growing before 2010.

Wedding pastry industry and bridal photography industry prefer culture-specific symbols and signs, and both industries promote a specialized commercial street-districts via mass media. In addition, the local government changed the political meaning possessed by Jieshou park through mass wedding and reshaping it as a bridal park, in order to convert it into a wedding culture landscape.

Key Word: Banqiao, bridal photography street, wedding pastry street , sign, Thirdspace.

圖次

圖 1-1-1	板橋前站後站地區喜餅與婚紗攝影業分布圖	1
圖 1-3-1	聚集經濟示意圖	10
圖 1-3-2	Soja 空間生產的存有論－認識論演繹圖	13
圖 1-4-1	研究概念架構圖	16
圖 2-1-1	漳州婚俗流程概要圖	22
圖 2-1-2	板橋婚俗流程概要圖	22
圖 3-2-1	康熙五十六年諸羅縣志擺接社附近形勢圖	57
圖 3-2-2	枋橋城舊城界址圖	62
圖 3-2-3	枋橋城街道地名圖	63
圖 3-2-4	光緒淡水縣時期擺接堡街庄圖	66
圖 3-2-5	台灣堡圖枋橋城地區(1985 年)	68
圖 3-2-6	板橋十四街庄人口密度順位圖(1935 年)	70
圖 3-2-7	清末劉銘傳興築鐵路路線圖(基隆—桃仔園)	72
圖 3-2-8	台灣堡圖枋橋街局部地圖(1904 年)	76
圖 3-2-9	板橋都市計畫圖局部(1938 年)	78
圖 3-2-10	台灣堡圖枋橋城地圖(1904 年)	79
圖 3-2-11	台灣堡圖枋橋城地圖(1921 年)	79
圖 3-2-12	板橋街航空照片影像(1945 年)	81
圖 3-3-1	板橋都市計畫圖(1987 年)	93
圖 3-3-2	1989 年板橋前後站地區一覽圖	96
圖 3-3-3	板橋歷年人口數圖(1946~2018 年)	103
圖 3-3-4	新北市各區住宅之竣工年份數量圖	104
圖 3-3-5	新北市各區住宅之竣工年份累積數量圖	104
圖 3-3-6	板橋區舊火車站前後站地區地圖	113
圖 3-3-7	板橋前站後站地區喜餅與婚紗攝影業分布圖	115
圖 3-3-8	板橋區舊火車站前後站地區都市計畫圖(1973)	117
圖 3-3-9	板橋地王地段與公告現值表(1995~2018 年)	123
圖 3-4-1	板橋南門街喜餅分布地圖	125
圖 3-4-2	板橋後站 1978~1999 年開設之婚紗攝影店經營年份圖	140
圖 3-4-3	板橋後站 2000 年以後開設之婚紗攝影店經營年份圖	143
圖 3-4-4	板橋後站婚紗攝影業地址對照地圖	146
圖 4-2-1	婚紗攝影工作流程	192

表 次

表 1-1-1	板橋區的婚禮產業分布表	2
表 2-1-1	板橋庄漢人祖籍調查表	20
表 2-2-1	漳州婚俗儀式與代表物對照表	41
表 2-2-2	當代婚俗儀式與代表物對照表	45
表 2-2-3	婚俗物品與中地物類型特徵對照表	48
表 3-1-1	台北測量站各月平均溫度與降雨量表	54
表 3-2-1	西元 1647~1655 年武勝灣社、擺接社、與里末社三社人口 資料表	55
表 3-2-2	清代初期板橋地區開發表	58
表 3-2-3	清末(1895 年)枋橋城內各街道規模與對照表	65
表 3-2-4	擺接平原一帶漢人祖籍別(1926 年)	70
表 3-3-1	1984 年台北通勤圈範圍表	89
表 3-3-2	台北縣主要城市之人口與營運工廠數對照表	91
表 3-3-3	1990 年代台北都會區分區界定之研究摘要表	98
表 3-3-4	新板橋特定區域與信義副都心規劃原則對照表	101
表 3-3-5	新北市主要城市工業區統計資料表(2017 年)	106
表 3-3-6	新北市主要城市發展指標表(2000 年)	107
表 3-3-7	新北市主要城市發展指標表(2017 年)	107
表 3-3-8	新北市主要城市第三級產業統計資料(2017 年)	108
表 3-3-9	北北基發展空間脈絡—台北首都圈發展目標	109
表 3-3-10	北北基發展空間脈絡—大河三都心	110
表 3-4-1	板橋南門街婚禮產業開設年份與地址對照表	126
表 3-4-2	台灣七家連鎖喜餅分店分區與區域數量表	131
表 3-4-3	板橋後站婚禮產業開設年份與地址對照表	136
表 3-4-4	新北市行政區婚紗攝影公司數量統計表	145
表 3-4-5	板橋後站街區婚紗攝影業地址歷年累積次數表	146
表 3-4-6	專業街形成因素與板橋婚紗攝影產業集中因素對照表	149
表 3-4-7	板橋後站現存婚紗攝影店與地址回顧表(2018 年)	151
表 3-4-8	板橋後站現存婚紗攝影業地址與經營時間對照表(2018 年)	152
表 4-1-1	板橋南門街喜餅品牌文化表徵分析	162
表 4-1-2	板橋喜餅業者文化表徵與商標對照表	165
表 4-1-3	板橋南門喜餅街品牌命名類型分類	167
表 4-1-4	板橋連鎖喜餅品牌與消費者印象之商品廣告詞對照表	182
表 4-2-2	板橋後站婚紗攝影命名分類	194
表 4-2-3	板橋婚紗攝影命名類型	195

照片次

照片 2-1-1	成美嫁妝寢具店(1966 年攝影).....	22
照片 3-2-1	板橋接雲寺.....	59
照片 3-2-2	板橋慈惠宮.....	59
照片 3-2-3	板橋驛(板橋車站).....	75
照片 3-2-4	海山郡役場.....	75
照片 3-3-1	板橋前站地區府中路、東門街與南門街街景.....	115
照片 3-3-2	板橋火車站老照片(1965 年以前).....	117
照片 3-3-3	板橋後火車站焦煤廠女工工作老照片(1957 年以前).....	117
照片 3-3-4	板橋後站館前東路街景(推估為 1990~1997 年).....	120
照片 3-4-1	南門街街景(推測為 1990~1997 年).....	128
照片 3-4-2	南門街街景(推測為 1990~1997 年).....	128
照片 3-4-3	板橋長興餅鋪—遷址南門街.....	129
照片 3-4-4	板橋長興餅鋪製餅模具.....	129
照片 4-1-1	漢式喜餅包裝與介紹(郭元益).....	170
照片 4-1-2	超羣鐵盒喜餅.....	172
照片 4-1-3	可口奶滋鐵盒喜餅(1980 年代).....	172
照片 4-1-4	中式紙盒包裝：郭元益—萬年富貴系列(三層).....	173
照片 4-1-5	西式紙盒包裝：拉法頌—Grace 系列	173
照片 4-1-6	法式紙盒包裝：Le vert—啍舞-粉紅.....	174
照片 4-1-7	禮坊第一代愛情旅行箱—愛侶系列(2002 年)	176
照片 4-1-8	禮坊愛情旅行箱—童話系列(2019 年)	176
照片 4-1-9	大黑松小倆口曼谷包第一代玫瑰物語(2009 年)	176
照片 4-1-10	大黑松小倆口莎麗克禮盒(2019 年)	176
照片 4-1-11	伊莎貝爾廣告圖(巴黎鐵塔).....	179
照片 4-1-12	伊莎貝爾廣告圖.....	179
照片 4-1-13	伊莎貝爾廣告圖(亞歷山大三世橋).....	179
照片 4-1-14	伊莎貝爾廣告圖(伊莎貝爾法式喜餅).....	179
照片 4-1-15	皇樓廣告圖(中式西式風格新人).....	181
照片 4-1-16	皇樓廣告圖(西式禮服新人與中式建築).....	181
照片 4-1-17	御倉屋廣告圖(京都街景).....	181
照片 4-1-18	御倉屋廣告圖(日式喜餅).....	181
照片 4-1-19	連鎖喜餅內部(郭元益).....	186
照片 4-1-20	1990 年代板橋南門街.....	186
照片 4-1-21	伊莎貝爾歐式櫥窗.....	187
照片 4-1-22	皇樓中式風格櫥窗.....	187
照片 4-1-23	御倉屋日式櫥窗.....	187

照片 4-1-24 南門街街景·····	187
照片 4-1-25 板橋城界址地磚·····	189
照片 4-1-26 捷運府中站觀光導覽地圖與指標·····	189
照片 4-1-27 捷運府中站觀光導覽地圖與指標·····	189
照片 4-2-1 板橋婚紗建築風格(希臘婚禮)·····	202
照片 4-2-2 希臘米克諾斯島(Mykonos) ·····	202
照片 4-2-3 希臘婚禮攝影棚(韓風)·····	202
照片 4-2-4 希臘婚禮攝影棚(陽光)·····	202
照片 4-2-5 板橋婚紗櫥窗(唐朝婚紗帝國)·····	203
照片 4-2-6 板橋婚紗街·····	203
照片 4-2-7 板橋介壽公園育樂亭(1974-1975 年) ·····	207
照片 4-2-8 板橋介壽公園假山造景(1974-1975 年)·····	207
照片 4-2-9 板橋介壽公園毋忘在莒造景(1974-1975 年)·····	207
照片 4-2-10 板橋介壽公園蔣公銅像(1974-1975 年)·····	207
照片 4-2-11 移除蔣公銅像改土地標高點·····	210
照片 4-2-12 板橋介壽婚紗公園希臘式柱·····	210
照片 4-2-13 板橋介壽婚紗公園婚禮意象造景·····	211
照片 4-2-14 板橋介壽婚紗公園入口標示與巨型新郎藝術作品·····	211
照片 4-2-15 板橋介壽婚紗公園入口·····	211
照片 4-2-16 板橋介壽婚紗公園婚紗概念公廁·····	211

第一章 序論

第一節 研究動機與研究目的

壹、研究動機

板橋為新北市的政治與經濟中心，台北都會區的副都心，都市階層是否影響了產業活動發展。以婚禮產業為例，觀察在板橋舊火車站為中心(現址捷運府中站)，出現了喜餅與婚紗攝影的空間集中現象。在南門街上出現喜餅與糕餅業者的集中；在館前東路、重慶路交叉口周遭，以及延伸至民權路、中山路一段附近婚紗攝影業的集中，呈現喜餅街與婚紗街分區而立的現象。(圖 1-1-1、表 1-1-1)

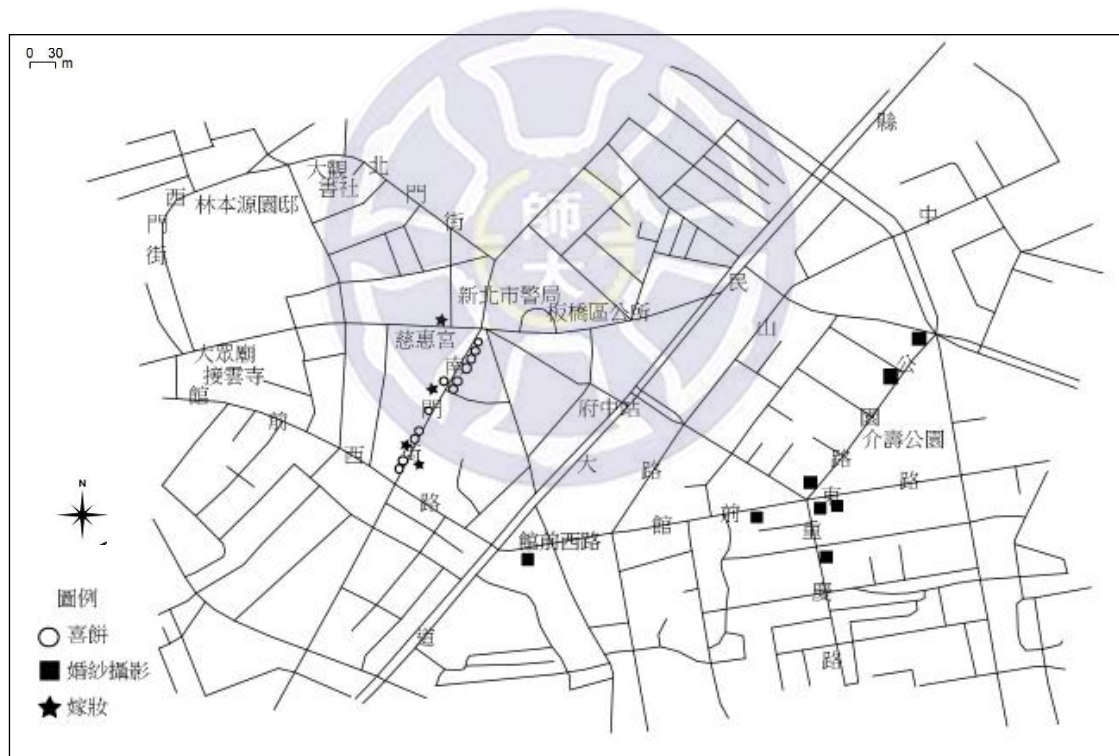


圖 1-1-1 板橋前站後站地區喜餅與婚紗攝影業分布圖

資料來源：本研究調查(2018/10 月)

表 1-1-1 板橋區的婚禮產業分布表

婚禮產業	數目	分布	鄰近的婚禮產業
婚紗攝影業	8 家	館前東路、重慶路與公園路交叉口周遭〈後站〉	照相館、銀樓、髮廊、婚禮造型新秘、媽媽禮服、新郎禮服
喜餅糕餅業	12 家	南門街〈前站〉	銀樓、婚禮嫁妝行、算命攤(南門街府中街交叉)、棉被店、照相館、皮鞋店、西裝訂製、女裝店

資料來源：本研究 2018/10 月實地調查

婚禮產業，源自於婚禮習俗物的需求，是在時間的演進中逐漸成形。林本源遷居板橋後，板橋漸成台北盆地漳州人領導中心，形成板橋、中和、土城以漳州人為主。漳州古禮中：議婚過程有探家風、求庚、合婚、相親；定婚過程有送聘、小定、大定；完婚過程有出閣、迎親、成親；婚後有出廳、探房與歸寧。時至今日，古禮中有的被簡化消失、有的則隨著社會文化變遷創新出現，如 1970 年代後期後出現，為台灣特有的新式婚俗——婚前的婚紗攝影。

板橋地區在清領時期到日治期間，因族群關係以漳俗為依歸，戰後發展具衛星都市特質，在移民因素下漸形成板橋地區性的婚俗習慣。其中，板橋地區出現了婚俗選購物之產業聚集特性——喜餅街和婚紗街呈現空間的集中現況。雖在婚禮相關產業中，單就婚紗攝影業與喜餅街探究，板橋規模不比台北市中山北路和愛國東路一帶，但板橋婚禮產業空間特徵具備集中並新舊分立的地理現象，更能呼應新舊婚俗的樣貌。近年來板橋走向區域核心，居於台北副都心的地位。又板橋的喜餅街與婚紗街，相較於新北市各區，規模更為龐大而完整。

喜餅與婚紗攝影是婚禮習俗中的必備的選購性物品，而板橋為新北市的政治與經濟中心，出現了選購性的婚禮產業聚集現象。板橋喜餅街與婚紗街出現分區而立的差異，再透過探究都市的發展歷程，探討社會文化與空間是否具有關聯性。

考察板橋的都市發展過程，自漳州的林本源家族遷入後，從拓墾空間逐漸轉為文治空間。¹以府中街為發展中心的廟宇、大觀義學、枋橋城舊址，仍流露濃濃的古風。日治時期，板橋隨著林家的移出、現代化鐵路的興建，改善惡化的水運交通，轉變為陸運為主的交通型態。明治 34 年(1901)板橋火車站的建立，板橋轉以陸運取代日漸惡化的河運。火車站帶來了人潮，然而在前站—昔日的舊核心府中街，由於街道狹小發展腹地有限，1980 年代以後漸被街道較廣的後站取代，後站成為新式百貨零售業集中的繼起核心。

板橋日治到戰後的對外關係，在台北市高度成長下依賴漸深。戰後在台北市郊區化的壓力之下，製造業大量外移，由農村轉型成工業機能。再隨著時間演變，轉為第三級產業為主兼具居住與交通機能的城市。

觀察板橋的喜餅街和婚紗街的區位特徵：舊式的禮俗喜餅糕餅業，則以傳統的樣貌與舊式的店家，存續在板橋前站；而新式禮俗的婚紗攝影業，伴隨著較為新穎的相關產業，出現在新的核心區板橋後站。這些街道在都市化的過程中，仍保留著與禮俗傳統契合的痕跡。隨著時間的演進，空間與禮俗為何彼此連結？相互塑造成特有的都市地景？

貳、研究目的

為了探討禮俗變異與區域空間核心轉移的關聯，故於存續至今的重要新舊禮俗，各擇一作深入研究。

舊式禮俗中，送大餅的俗慣不隨時代演變而消失，本質有著多店選購造成空間集中的特徵，故以板橋南門街高度集中的「喜餅糕餅業」做為代表。銀樓選戒指雖同為重要的一環，但由於銀樓有著同店選購的習性，現代銀樓的商品同質性高，失去多店選購的特質，與黃金珠寶具有多種意義不限於婚禮，故不做為主要探討對象。嫁妝寢具行具備婚俗選購物特性，然在社會變遷與消費習慣改變，不限於婚禮時才消費，故未列入探究。新式婚俗中，自 1970 年代台灣開始出現「婚

¹ 楊湛萍(1999)。從景觀分析與社會結構變遷探討板橋的空間性轉變。台灣師範大學地理所碩士論文。頁 18~42。

紗攝影產業」，禮服出租、婚前的婚紗照攝與造型妝髮的包套服務，反映了婚俗的漸變與創新。

本研究觀察板橋區婚禮相關產業的區位聚集現象，在眾多產業中選擇了喜餅糕餅業與婚紗攝影業做為代表。本研究探究喜餅業與婚紗攝影業，提出了以下問題：

- 一、說明婚禮產業的消費物與都市階層的關係。
- 二、分析板橋都市發展與婚禮產業的關係
- 三、解釋板橋婚禮專業街的地景型塑。



第二節 文獻回顧

壹、婚禮禮俗的相關文獻

關於婚禮禮俗的研究，目前多為以文化面向切入。國內主要的婚俗研究專書，多以台灣為尺度，概括性說明台灣的婚禮習俗。亦有以特定區域做為禮俗變遷研究，內容著重在禮俗儀式過程、器物 and 語言，和社會文化對禮俗轉變的影響。以王慧玉〈當代臺灣南部地區婚俗采錄研究〉²為例，以十六場婚禮的內涵，對不同時代、信仰和族群的婚禮類型做出比較。其中漳泉族群差異，則統稱為閩南族群，說明以南部尺度範圍較大，不易深究族群差異。

各式專書與研究蒐集了豐富的資料，描繪出近代的婚俗樣貌。但以上研究內容，多集中探究著社會文化面：記載婚俗所需物品與流程之意義，但「空間」在研究中僅為配角甚至消失，部分研究則忽略「族群」差異和「婚俗歷史變遷」過程，造成婚俗探究流於模糊空泛。本研究採「區域」觀點—板橋為範圍，追溯主要「族群」婚俗—漳州古禮禮俗為基礎，說明板橋禮俗的變遷。另外追溯「歷史」軸線下的都市變遷，隨著板橋移民漸增，原鄉血緣關係漸淡薄，故以嫁妝行作為婚俗知識的主要傳播者為訪談對象，探究區域的婚俗變遷。

貳、板橋的區域發展相關文獻

關於板橋地區的方志，有日治時期的板橋街誌³、戰後的板橋市志⁴、板橋市志續編⁵、板橋市志三編⁶，以上研究與方志可以做為研究區域背景的架構。板橋區域研究，有楊湛萍〈從景觀分析與社會結構變遷探討板橋的空間性轉變〉⁷中以「景觀」分析板橋的空間轉換，板橋由文治空間到殖民空間，至今成為都市化

² 王慧玉(2016)。當代臺灣南部地區婚俗采錄研究。高師大國文暑期班碩士論文。

³ 淀川喜代治(1933)。板橋街誌。台北：台北州海山郡板橋街役場。古舜仁、陳存良譯(1998)。台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌。台北：新北市政府文化局。

⁴ 盛清沂、吳基瑞(1988)。板橋市志。台北：板橋市公所。

⁵ 板橋市志編輯委員會編輯(1997)。板橋市志續編。台北：臺北縣板橋市公所。

⁶ 臺北縣板橋市公所編(2009)。板橋市志三編。台北：板橋市公所。

⁷ 楊湛萍(1999)。從景觀分析與社會結構變遷探討板橋的空間性轉變。台灣師範大學地理所碩士論文。

空間。蔡采秀〈板橋的都市發展(1895-1985)：兼論其社會影響〉⁸，指出世界市場需求與國家干預，主導日治時期到戰後的板橋地區發展。

賴炳樹〈板橋車站地區商業空間結構變遷之分析〉⁹指出新板橋車站與縣政府之遷移，對於前站商家之衝擊大於後站；而後火車站地區又受到腹地飽與商業活動至新站外移急需更新，是以(板橋新站為主軸兼述舊火車站商圈。近來板橋都市地景變化快速，捷運府中站(舊火車站位址)在 2006 年通車後，都市風貌又出現變化，可再做深入的現況分析，可藉本研究予以補足。

有別於以上的研究架構與尺度，本研究則以婚禮產業與禮俗作脈絡切入，以舊火車站為中心探討兩種產業集中，形成較小尺度之空間特性。

參、婚禮產業的相關文獻

在喜餅方面的研究，李貴連〈台灣喜餅禮盒包裝設計之研究〉¹⁰中，說明喜餅產業的發展，並將喜餅包裝分類，可做為本研究於符號選擇與消費社會中差異化探究的基礎。呂孟優〈豐原糕餅業商業空間之研究--以中正路為例〉¹¹以區域探究糕餅業發展集中脈絡，係因交通發達與零售業的互補性原則形成，和本研究以社會、歷史與經濟因素，探究喜餅街和婚紗街的聚集現象有相近的觀點。綜而觀之，大部分喜餅糕餅的研究內涵，大多是在企業營運的研究，或是美學設計的探討。故本研究以不同的面向：禮俗、空間和區域發展，以解釋空間集中。

在婚紗攝影的研究中，張媛玲〈台北婚紗攝影的社會學研究〉¹²，寫出 1990 年代台北市婚紗產業的發展狀況與婚紗攝影的起源，另外也陳述婚紗攝影的社會組織與攝影影像的社會學意涵。其他關於婚紗攝影業的相關研究中，研究領域最多為商管系所，針對消費者行為和產業競爭力的經濟層面探究；其他有社會學角度，對攝影的性別、權力、階層、家庭和婚姻等社會學討論；以及藝術相關學門，

⁸ 蔡采秀(1995)。板橋的都市發展(1895-1985)：兼論其社會影響。台灣大學地理研究所博士論文。

⁹ 賴炳樹(2003)。板橋車站地區商業空間結構變遷之分析。國立臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。

¹⁰ 李貴連(2004)。台灣喜餅禮盒包裝設計之研究。雲林科技大學視覺傳達設計系碩士論文。

¹¹ 呂孟優(2007)。豐原糕餅業商業空間之研究--以中正路為例。嘉義大學史地學系碩士論文。

¹² 張媛玲(1997)。台北婚紗攝影的社會學研究。台灣大學社會學研究所碩士論文。

對於影像創作、再現與技術層次的探討。以上研究取向與本研究略有差異，本研究採以張媛玲的研究為基礎和部分新聞資料，說明台灣婚紗攝影之起源。

關於婚紗攝影業與區位的相關研究中，徐欣玉〈文化創意產業之空間群聚分析--以中山北路婚紗攝影業為例〉¹³將婚紗攝影業定位為知識密集的文化創意產業，屬於知識外溢的群聚型態。徐欣玉對婚紗攝影的集中做出分析，指出群聚的存在與國家政策關連不大，而在於廠商的創意激發與符號象徵的氛圍才是存續的關鍵。群聚的優勢不但容易獲得商業利益，並增加知識創新能力，是一種網絡互動及依賴。由於中山北路上領導品牌的存在，帶動了創新的良好循環，進而推廣至海外。本研究認為板橋婚紗攝影產業規模不比台北市中山北路一帶，但板橋與中山北路業者集中因素相似。再將板橋婚紗攝影產業區位集中的現象，呼應社會禮俗變遷和都市發展脈絡，說明社會、歷史、都市空間與產業的關聯性。

這兩種婚禮相關產業中，多半是企業管理角度去理解空間的集中，或許是研究區域的限制，而忽略了社會性脈絡—源自禮俗文化的面向。本研究選定板橋做為婚俗與產業空間集中的探討探討案例，以補充婚禮產業相關研究中，多以管理策略面向解釋之不足。

肆、專業街的相關文獻

專業街為街區中具備某種專業化商品，並為街區的主導的行業。在專業街的研究中，蔡文彩〈臺北市補習街之研究〉¹⁴，說明南陽街與信陽街一帶的補習班聚集因素、現況和問題，認為交通便利、租金低廉和聚集經濟優勢是集成的主因，以經濟層面說明聚集的因素。

陳玉綸的〈臺北市商業專業街之研究〉¹⁵對台北市三條專業街的形成背景與現況調查，包含：大稻埕(民權東路，南至長安西路，西起環河北路，東至延平北路)地區的中藥、布匹和南北貨；重慶南路一段的書店和愛國東路段的婚紗攝

¹³ 徐欣玉(2004)。文化創意產業之空間群聚分析--以中山北路婚紗攝影業為例。政治大學地政學系碩士論文。

¹⁴ 蔡文彩(1990)。臺北市補習街之研究。臺灣師大地理研究報告，第十六期，頁 63-90。

¹⁵ 陳玉綸(1992)。臺北市商業專業街之研究。文化大學地學研究所碩士論文。

影業。說明專業街形成是都市發展下的必然結果，同時專業化地區的衰退也反映地區的整體發展的沒落。對愛國東路婚紗攝影街，提出應加強經營特色、促進婚禮產業同業和異業的聚集，增強街區的競爭與互補，以面對中山北路與羅斯福路崛起之挑戰。

以上研究都對專業街的形成因素，都採取探究街區的歷史和各種區位因素，以時間軸解析都市中的空間集中和演替等現象。說明專業街的形成與興衰，和都市發展密切相關。板橋的喜餅街和婚紗街，商品為選購品和特殊品之專業街，與都市的歷史發展和區位優勢相關。板橋在交通機能增強、政治中心設立，逐漸發展為新北市的政治經濟中心，也成為新北市婚禮專業街最集中的地區。



第三節 研究概念

壹、中地理論

德國地理學家Walter Christaller(1933)¹⁶提出中地理論，建構了經濟活動與空間的關聯。「中地」(central place)是提供商品服務的空間，是居民點的幾何區位所在。中地的等級差異，是依據提供的商品等級決定。高級中地較低級中地提供更多的商品服務，人們只要一次旅行時間費用，即可購買多種商品。

中地的層級和發展，與經濟距離相關。商閥(the threshold of goods，或翻譯為門檻)是中地維持營運的最小範圍；商品圈(the range of goods，或翻譯為商品範圍)是指分散的消費人口願意移動購買的最遠範圍。又因中地間保持合適距離，可達到最佳服務效率，故中地以各自壟斷地域原則，保持其發展。城鎮的分布便具有等級序列的規律：低級中地廣布地表，提供低等級商品服務，而地表再重複堆疊向上，出現較少的中級中地和更少高級中地。在同等級中地間的距離，隨著中地的階層越高，也越來越遠。

在商品消費過程，因商品的等級差異，商店的空間分布與中心地的等級建立起關聯。婚禮產業的連鎖喜餅、婚紗攝影，屬於一生一次的高級商品，空間上出現於高級中地。以內部都市人口規模估算，板橋為新北市人口最多的地區，在高級商品—婚紗攝影、連鎖喜餅的數量規模，皆大於新北市其他行政區。而台北市人口規模又高於板橋區，更是高級商品—婚紗攝影集中地區，數量更勝一籌。

貳、聚集經濟

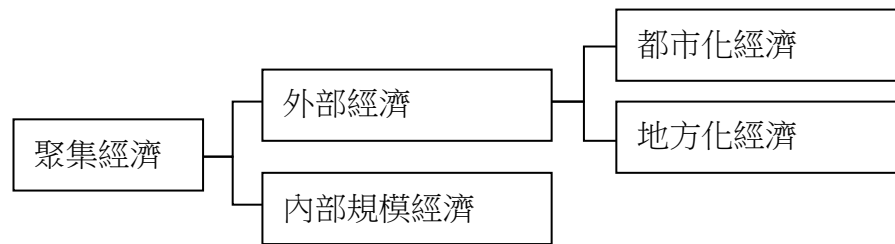
聚集經濟(Agglomeration economies)是解釋工業生產中，因不同企業地理空間集中而獲得利益，像是：更好的成本控制、結盟創造和創新。聚集經濟的利益來源有：專業化的經濟、共享公共設施和資訊的交流。¹⁷聚集經濟包含內部規模

¹⁶ Walter Christaller(2011)。《德國南部中心地原理(Die zentralen Orte in Süddeutschland)》(常正文 王興中譯)。新北：商務。(原作 1968 年出版)

¹⁷ Karla Paola Jimenez & Beatriz Junquera(2010). Why Are Clusters Beneficial? A Review of the Literature. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 20, 161-173.

經濟和外部經濟，其中，外部經濟又可區分為地方化經濟和都市化經濟兩種類型(見圖 1-3-1)。內部經濟來源為單一廠商的產量擴大，平均成本隨之而降低；地方化經濟為多數同種類廠商集中；都市化經濟屬於多數異種廠商聚集。¹⁸

圖 1-3-1 聚集經濟示意圖



資料來源：本研究改繪

在零售專業街中的聚集經濟中，陳玉綸(1992)¹⁹先說明零售業行業集中的原因，進而討論專業街的特性。關於行業集中的因素包含以下 7 點：

1. 銷售的貨品(或服務)為具有不同樣式、性能、價格，但能夠滿足顧客的同一慾望和需求，而使其能夠加以比較的貨品(或服務)。
2. 同一行業，各商店負擔地租的能力相近。
3. 所在的環境背景，造成某行業的集中性。如：附近的交通狀況，集中地區的居民特性。
4. 聚集性(agglomeration)可節省商店的成本與人力，增加店家的收益。
5. 集中可使得很多設施獲得較高的使用率，而以較小的成本造成適當集中之後，可提供更好的設施，以便於商家的利用。
6. 商業聚集的規模大，易達性高，越能增加對於顧客的吸引力，使顧客有額外採購的慾望，進而擴大服務圈，商家能夠獲得更大的利益。
7. 同業間會彼此依賴，提供訊息，增加商品的專業權威性，吸引更多的顧客前來。

¹⁸ 國松久彌(1976)。小売商業の立地。東京：古今書院。頁 101-119。

¹⁹ 陳玉綸(1992)。臺北市商業專業街之研究。文化大學地學研究所碩士論文。頁 7-11。

陳玉綸(1992)²⁰在專業街定義是指：「商業空間中，某行業或某種商品專業化商店地聚集，成為街廓的主導性商業」，並說明專業街的特性有以下幾點：

1. 以選購品或特殊品為主。
2. 增加都市的熱鬧氣氛，與市民休閒的去處，適合以步行為主的購物型態。
3. 服務的顧客範圍大、層面廣。
4. 顧客可以就商品進行多家的比價，避免商家的抬價，增加選購的自由與便利，而且節省買者的時間。
5. 商家以獨立經營的型態為多，促成了商業的沿街蔓延；且因騎樓的建築形態，使得購物動線隨之延伸，促成商業行為的發達，有利於地區的發展。
6. 聚集經濟的利益與向心力，能夠吸引互補性商業地聚集，相關設施易於發展，使得專業街的商業型態更加專一。
7. 街廓的聚集型態有一定範圍。太小，無法達到規模經濟；太大，則複雜性隨之增加，亦會破壞聚集規模。

研究對象板橋喜餅街屬於零售店鋪的聚集，店鋪規模較小，位於前站南門街；婚紗攝影街屬於綜合性服務店鋪的聚集，店鋪規模大，位在後站地區。兩者屬於零售服務業之專業街，透過空間鄰近，達到消費者便利、降低店家經營成本、吸引消費者、同業互相依賴增加商品專業等優勢。

參、物體系與消費社會

Jean Baudrillard(1968)²¹在〈物體系〉中，從心理與技術層面，解構物的本義與延伸義，說明了物要先成為符號，才能夠被消費。而消費不只是建構人與物的關係，也是人與集體和世界的關係。在消費之上，建立了我們的文化體系的整體。布希亞透過物體系一書，揭示了以消費為中心的社會。在其後的〈消費社會〉²²一書中，進一步解釋在物品豐產的消費社會中，消費是一個系統，維護著符號系

²⁰ 陳玉綸(1992)。臺北市商業專業街之研究。文化大學地學研究所碩士論文。頁 7-11。

²¹ Jean Baudrillard(2018)。物體系(*Le système des objets*) (林志明譯)。台北：麥田。(原作 1968 年出版)

²² 羅鋼、王中忱主編(2003)。消費文化讀本。北京：中國社會科學出版社。

統的秩序和組織完整—因此它也是一種道德、也是一種溝通系統、交換系統。消費成為神話，而消費的傾向是在破壞中超越、變化，證明自身的豐足和財富。婚禮產業透過建構物的符號，使物成為重要的消費。新人在消費、展示這些婚禮物品中，得到集體認同與世界建構關係。

〈擬仿物與擬像〉²³裡，說明後現代社會中的文化現象。仿擬地方的影像作為擬象(simulacra)—是不曾存在過的事物的模仿，是沒有原版的複製品。例如：迪士尼的美國大街、購物中心的主題公園，創造一種超真實(hyper-reality)感，假造的比原版還要真實。後工業社會時期下，世界已成為擬象世代，板橋婚禮專業街如何以符碼進行的地景形塑。在婚禮產業業者、消費者和公部門，透過符號、消費和廣告強化，展現在商店內部的商品內涵、擺設裝潢、消費過程；外部的區位集中優勢、街景和公共設施，建構板橋喜餅街與婚紗街的符號意涵。

肆、第三空間

後現代地理學家Edward W. Soja於〈第三空間—航向洛杉磯以及其他真實與想像地方的旅程〉²⁴中，延續法國 Henri Lefebvre的三元辯證與Michel Foucault的異質空間，提出「第三空間」做為都市的研究根基。

Lefebvre於1974年〈空間的生產〉一書中，提出了空間生產論概念三元組，包含空間實踐、空間再現和再現空間。Lefebvre的馬克思主義觀點，社會是由「生產方式」來界定，並有其特殊的生產和再生產之社會關係和互動，而這些都具有空間面向。三元組可概化為感知(perceived)、構想(conceived)和生活(lived)的社會空間分析之概念²⁵。

Soja對Lefebvre的〈空間的生產〉做出詮釋：指出過去過度強調歷史性和社會性的辯證，「空間」被邊緣化成為背景，Lefebvre則是在兩者間，重新肯定「空間」

²³ Jean Baudrillard(1998)。《擬仿物與擬像(Simulacra and Simulation)》(洪凌譯)。台北：時報。(原作 1981 年出版)

²⁴ Soja Edward(2004)。《第三空間：航向洛杉磯以及其他真實與想像地方的旅程(Thirdspace: journeys to Los Angeles & other real & imagined places)》(王志弘等譯)。台北：桂冠。(原作 1996 年出版)

²⁵ 王志弘(2009)。多重的辯證—列斐伏爾空間生產概念三元組演繹與引申，《地理學報》，第五十五期，1~24。

的重要性—空間被賦予了主體性。此外，Soja指出Lefebvre蘊含批判的做法，打破過去唯物論與唯心論二元對立的局面，以另一個其他an-Other解構二元論，對此，王志弘(2009)釋意為「生三成異」。第三空間是做唯一種對抗方法，抗衡長期將空間知識侷限於第一和第二空間認識論，以及相關的理論化、經驗分析和社會實踐的傾向。²⁶Michel Foucault的異質空間，正是第三空間的一種。

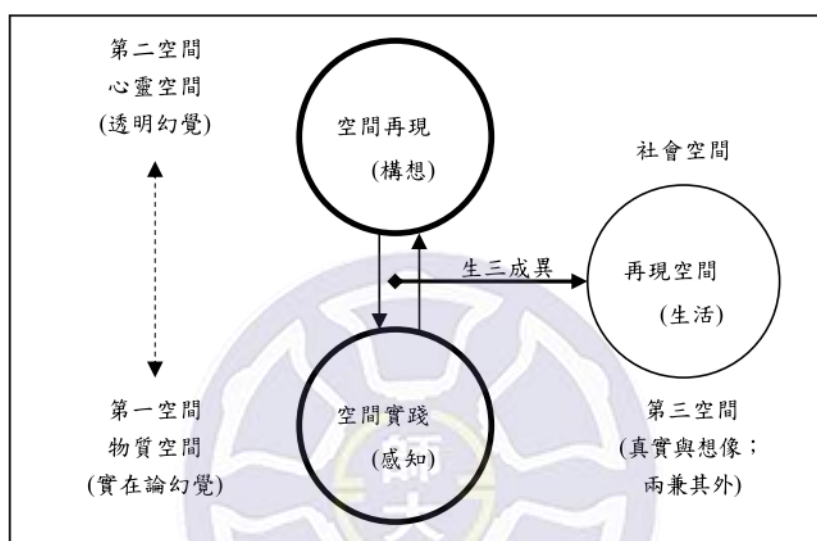


圖 1-3-2 Soja 空間生產的存有論－認識論演繹圖

資料來源：王志弘²⁷

以下整理Soja對三種空間的概略試探性描述：

1. 第一空間：

為空間實踐，或稱感知空間，是可透過經驗上可衡量的形貌理解，可精確測量描述的空間，偏重客觀性與物質性。以地理學領域而言，為偏向實證主義之空間科學。代表有GIS、RS、軍事、都市計劃等。其知識論於十九世紀和二十世紀初廣為流傳，但論點傾向單一因果而受到批評。

²⁶ Soja Edward(2004)。第三空間：航向洛杉磯以及其他真實與想像地方的旅程(*Thirdspace: journeys to Los Angeles & other real & imagined places*)(王志弘等譯)。台北：桂冠。(原作 1996 年出版)

²⁷ 王志弘(2009)。多重的辯證—列斐伏爾空間生產概念三元組演繹與引申。《地理學報》，第五十五期，1~24。

2. 第二空間：

為空間再現，或稱構想空間，是概念化的空間，多為言語的符號系統。為回應第一空間的封閉與強制客觀性，以主觀詮釋、唯心論二元對抗。代表為心智地圖、符號學家、解碼者、藝術家的純粹創造空間等。但第一空間與第二空間衍生知識論，常相互借用對方詮釋，彼此擴張相互滋養，故缺乏超越性側面視野的餘地。索雅指稱，第二空間易陷入透明幻覺，空間被化約為心靈的建構物，做為天真的分類。

3. 第三空間：

為再現空間，或稱生活空間，源自於第一空間和第二空間雙元性的一種同情性解構與啟發式重構。索雅認為第三空間既是主觀也是客觀、既是精神也是物質、抽象與具象同時存在。生三成異的設計，不僅是為了批判前二者的思考模式，也是為了向迄今傳統空間學科內部從來沒想過的新可能性。「第三空間」就是真實的第一空間 (Firstspace)與想像的第二空間(Secondspace)，兩者綜合之後，既真實又想像的「它者」(an-Other)空間。

第三空間一詞來自後殖民文學評論家Homi Bhaba(Homi Bhaba,1994)，指出詮釋不是一種你我之間的單純溝通行動(Richard Peet,2005)，第三空間策略上從理性的認識論回到感官經驗的存有論。Bell hooks為突破現代主義的二元對立，選擇邊緣(choosing marginality)，以保持開放性。首先將聚焦在長期受到壓迫、處於劣勢的存在之存有的流變空間性，將理論形構、經驗分析、批判探究和社會實踐中的歷史性和社會性予以空間化。

傅珂(Michel Foucault)所提出的異質空間(heterotopia)，是個真實存在的空間。因此，人們可以藉由此空間與現實空間所產生的對比，做為與主流現實對話或對照批評的基礎。第三空間概念與異質空間相似，是真實存在的空間，是屬於邊陲和邊緣化者的空間，因此產生對比和抵抗。

綜合上述，第三空間具有兩個特性：第一、第三空間與第一、第二空間不同，

又能包含前兩種，是皆納一切的超越性場域。第二、源自於臣屬、邊陲或邊緣化的定位，亦能產生了對抗主導秩序的力量(counteraction)，是個產生對抗空間的領域。

伍、小結

根據以上研究概念，研究板橋喜餅街與後站的婚紗攝影兩種婚禮產業的空間區位特徵。中地理論解釋婚禮消費物作為高級商品，連結至空間中的都市階層。在婚禮產業新舊婚俗分區的空間聚集，追求是外部的聚集經濟。同時以歷史為脈絡，分析婚俗在近代的演變與都市發展的關係。在後現代的消費社會下，詮釋在不同力量下，透過符號形塑出婚禮產業專業街的地景差異與第三空間。



第四節 研究架構與方法

壹、研究概念架構圖

綜合上述研究概念，加上設計之研究方法，本研究透過以下研究架構圖完成研究架構與章節。

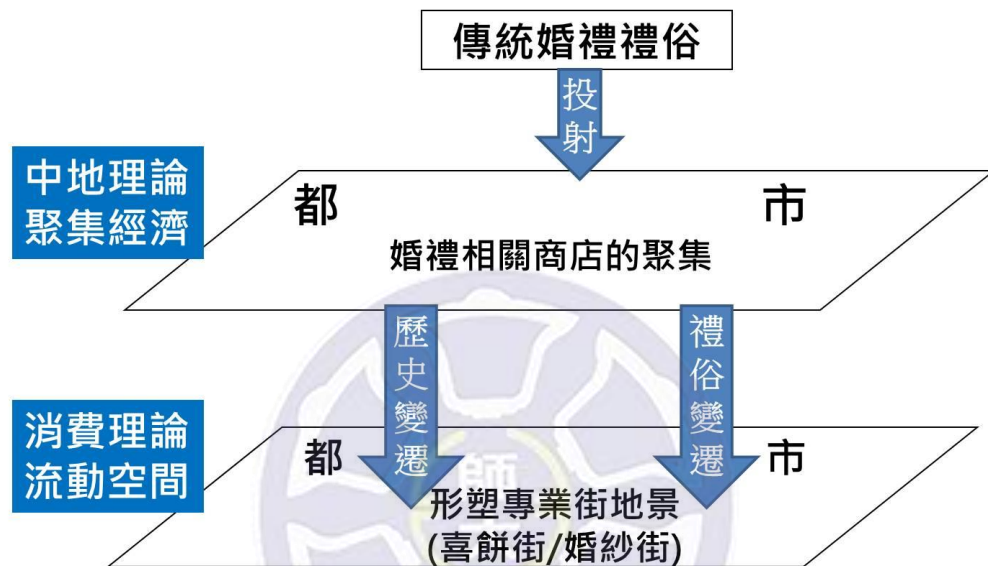


圖 1-4-1 研究概念架構圖

資料來源：本研究改繪

貳、研究方法

一、文獻蒐集與分析

(一)相關研究與地方志：

1. 研究概念的相關文獻：研究概念相關的學術期刊(如：各大學人文領域之學報)、論文廣泛閱讀，以便於進行分析解釋板橋婚禮產業區位聚集與都市發展之關係，進一步詮釋婚禮產業專業街透過符號形塑出的地景差異。
2. 地方志及研究之文獻：板橋地區的方志與研究，如：板橋街志、台北州街

庄志彙編(上)、板橋市志各版本、臺灣日日新報與碩博士論文資料，詮釋板橋的地景與核心變遷。

3. 婚嫁習俗文獻：蒐集婚禮習俗、糕餅喜餅、婚紗攝影和消費的相關研究，指出婚禮產業的空間分布因素和地方符號的建構。

(二)政府資料：

研究區域相關之都市計畫和區域計畫，以及新北市(台北縣)統計要覽，作為區域研究之基礎資料。再搜尋經濟部商業司之商業登記資料，建構出板橋喜餅街與婚紗街聚集的時間脈絡。

(三)報章雜誌與網路資料：

由於喜餅與婚紗產業的產業變動快速，又因研究範圍較小。本研究透過報章雜誌資料，說明喜餅、婚紗攝影產業的發展和板橋前後站發展的細部紀錄。如：

1. 新聞網站：以聯合新聞網，蒐集歷年與研究主題相關新聞，包含：板橋地區、舊車站商圈、喜餅和婚紗攝影產業之報導。
2. 雜誌期刊：針對婚禮產業的專題報導，以回顧不同時期的發展。
3. 官方網站：研究區的糕餅喜餅、婚紗攝影公司的官方網站和youtube頻道，蒐集業者的產品、經營、符號塑造和廣告內容資料。
4. 社群網站：非常婚禮veryWed網站，蒐集消費者的口碑評價。

(四)其他：

由於研究區域範圍較小，文字記載不足之處，以古地圖、航空照相和老照片等資料補充說明。

二、田野調查：

利用質性研究的深度訪談以獲取第一手資料。

(一) 婚俗：板橋的婚禮習俗，以板橋市區舊中心開業最久的成美嫁妝寢具經營者作為訪談對象，說明板橋的婚俗變化與現況。

(二) 喜餅街：採用質性研究的個案分析，板橋南門街的長興餅鋪，為南門街

喜餅街的第一家糕餅業者，經營者為目標訪談對象。再加上其他連鎖喜餅店，以取得相關紙本照片資料。連鎖喜餅訪談對象為大黑松小倆口的事業部副理、板橋店店長和一之鄉板橋店店長。其中，板橋店店長自1998年開幕任職至今，以上四位訪談對象，能建構板橋南門街喜餅街變化和消費社會中的第一手的驗證資料。

（三） 婚紗攝影街：採用質性研究的個案分析，目標對象是板橋地區的領導品牌是唐朝婚紗與一位不具名的經營者，透過這兩位關鍵人物，了解板橋婚紗街的經營模式、核對開業時間和消費社會中的符號建構與傳播強化。

（四） 政府與民間力量：而板橋的區域發展，除了文本資料蒐集，亦與在地文史經驗豐富的枋橋文化協會理事長和總幹事進行訪談探究。婚紗街和喜餅街位在板橋舊車站商圈上，透過訪談新北市板橋區商圈景觀發展協會理事長、新北市政府經發處科員和板橋區公所相關任職人員，了解業者和政府力量的行動與成果。

參、研究限制

本研究用禮俗貫串產業間關聯為出發，再以歷史為軸探究區位與變遷。

一、歷史資料侷限：

板橋地區發展與林本源家族建構起的經濟體系息息相關，而上溯街區百年前發展，仍有資料不齊之問題。另本研究為小範圍之研究，只能依賴訪談、新聞資料、老照片和史料記載拼湊說明街區的發展。

二、官方資料限制：

本研究為研究街區發展歷程，以大量商業登記資料回溯至戰後時期。但官方商業登記資料完整性不足，加上商家的更迭替換必有缺漏問題；而政府部門公文檔案未完全公開與資料不完整之問題，都僅能以現有的文本追溯，並透過各個訪談對象回溯補足。

三、受限於商業機密：

只能取得部分商家口說訪談內容，在經營規模、顧客來源地、社會網絡或者

其他商業流程可能不完整。不足之處，有賴婚禮網站和商業登記資料補充，推論出可能的經營模式。



第二章 板橋婚禮禮俗的內涵與商店地景

婚禮產業源自對婚俗對儀式物品的規範，進而產生提供特定的商品與服務。本研究透過陳述板橋地區的婚禮習俗，在其中零零總總的婚俗物品中，選擇高級中地物為代表，探究婚禮產業的商店特性。

第一節 板橋地區婚俗內涵的演變

關於台灣婚俗的專書著作多以婚前禮、正婚禮和婚後禮做為架構，描繪台灣戰後婚俗細節與緣由。

婚禮習俗為社會文化的一部分，因地區和時代演變有所差異。然而在禮俗專書裡大多缺乏空間差異的描寫，僅只以「台灣」做為空間尺度。以台灣為空間尺度的禮俗探討，則以概括化的「閩南」風俗為主，應該再細緻分化。以日治時期人口祖籍調查，台灣以泉州(佔全台人口 37.2%)為大宗，禮俗本質為泉俗為主。²⁸而尺度縮小至板橋區，依據〈日據時期臺灣漢族祖籍調查〉，日治時期板橋地區漳州人人數有 10,100 人，佔板橋人口 60.12%(表 2-1-1)。²⁹〈板橋市志〉亦指出：「本地(板橋)婚姻之俗，昔接相沿吾國舊俗，與漳州多無差異。」²⁹。實際上採用漳州禮俗，更能代表板橋地區的婚俗。

表 2-1-1：板橋庄漢人祖籍調查表

祖籍	漳州	安溪	福州	三邑	同安	汀州	其他	合計
人數	10,100	2,800	1,300	1,200	800	500	100	16,800
百分比	60.1	16.7	7.7	7.1	4.8	3.0	0.6	100%

資料來源：臺灣總督官房調查課，《臺灣在籍漢民族鄉貫別調查》，昭和 3 年(1928 年)³⁰

²⁸ 張勝彥主編(2010)。《續修台北縣志》，卷三住民志，第四篇禮俗。台北：台北縣政府。頁 5。

²⁹ 盛清沂、吳基瑞(1988)。《板橋市志》。台北：板橋市公所。頁 941。

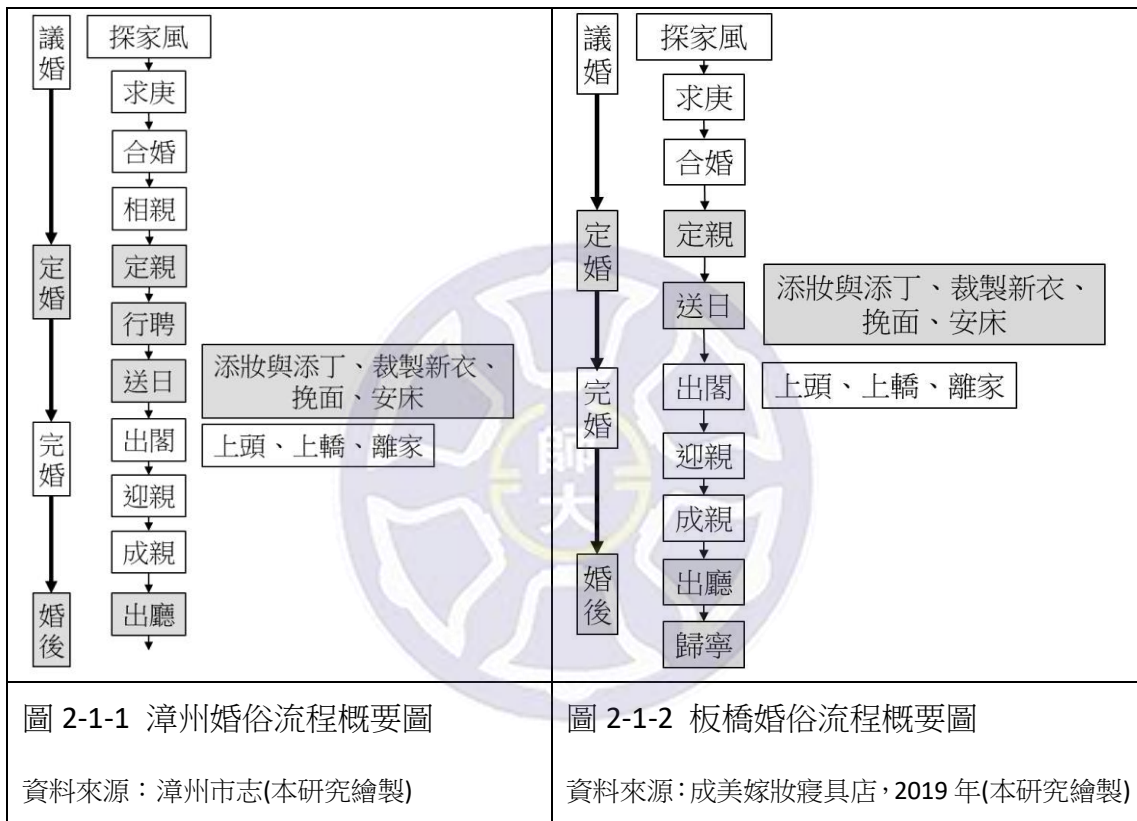
³⁰ 張勝彥主編(2010)。《續修台北縣志》，卷三住民志，第四篇禮俗。台北：台北縣政府。頁 5。

考量區域的差異，本研究以板橋區為研究中心，藉由當地嫁妝行的訪談、漳州禮俗、日治禮俗文獻資料與相關研究的綜合結果，做出下列禮俗的探討。依據時間的脈絡，探究板橋區婚俗由古至今的演變。第一部分，以漳州婚俗為基礎，與板橋地方婚俗融合後的婚俗。第二和第三部分，介紹大時代背景下一日治時期和戰後的婚禮主要變化。第四部份除了說明婚俗儀式內涵的演變趨勢，並探究其中的意涵，作為板橋區域婚俗探究之流程。



壹、漳州式婚俗到板橋婚俗

古時的漳州婚俗，依據傳統六禮進行。朱熹曾任漳州知州，主張將古禮六禮簡化。再根據漳州市志紀載，漳州的常規婚俗分為：議婚、定婚、完婚與婚後禮四個階段(圖 2-1-1)，透過訪談板橋舊街區最古老的成美嫁妝行經營者(照片 2-1-1)，說明漳俗來台後的變化，再繪製出流程圖(圖 2-1-2)。



照片 2-1-1 成美嫁妝寢具店(1966 年攝影)

資料來源：成美嫁妝寢具行提供

這些漳州移民在清代渡海來台後，婚俗因時間與地區逐漸與傳統漳俗出現差距，轉為台灣式的婚禮習俗。再追溯至清嘉慶年間的〈漳州府志〉³¹，其中第三十九卷《民風》，關於婚俗細節記錄並不多。

「漳洲婚俗就我了解，比較繁瑣，台灣現在的婚俗就簡化很多，加上板橋很多中南部外地來的人，只有街仔底這邊是老板橋人。」(受訪者 K，2019 年)板橋在戰後人口結構變化快速，隨著族群變化，當代婚俗漸變轉型為北部婚俗。

故本研究折衷以福建省漳州市出版的〈漳州市志〉中第四十五卷第四章婚喪壽慶習俗為基礎，佐以板橋區成美嫁妝行訪談，陳述板橋地區洲婚俗演變後的婚俗樣貌。受限於篇幅，本段著重記載「板橋當代」與「漳州」婚俗略有差異的部分。

一、議婚

議婚相當於古代的「納采」和「問名」。舊時，漳州的婚姻極重媒妁，「雖世契，非媒妁不相締結」，媒人是議婚階段的關鍵人物。

漳州與台灣慣習相似，主婚人由男方父親或叔伯輩擔任，再由男方選擇媒人，作為婚禮溝通的橋樑。媒人為男方親友或為專業媒人，負責傳達婚禮大小細節。

32

(一)探家風

又稱「擺家風」、「踏家風」。在正式求親之前，男女雙方都要設法瞭解對方的家庭情況，尤其是女方對此更加慎重，事先要請自家的親戚上男家去探家風，瞭解對方家庭成員的為人，並摸清其經濟狀況。

在清代台灣社會，尚不允許男女自由交往，故找尋結婚對象時，是由主婚人提出顯示家事清白、年齡適當，請託媒人到女方家中拜訪，同時了解女方家庭背

³¹ 沈定均修(1806)。漳州府志。第三十九卷：民風。網址：
<https://ctext.org/wiki.pl?if=gb&res=549647>(中國哲學書電子化計劃)

³² 張維正(2011)。接觸、殖民與文化容受：日治時期臺灣漢人婚禮的變遷。台灣師大台史所碩士論文。頁 20。

景、血統品性等。³³這屬於傳統的台式婚俗，然而在 2000 年後，除非大戶人家，平民百姓已鮮少採家風。(受訪者 K，2019 年)

(二)求庚

與漳州風俗一樣，合生辰八字是延續至今之舊式婚俗。男方備名帖禮物，讓媒人到女家問婚。女方同意提親就會收下禮品，並將待嫁閨女的生辰八字寫在紅紙(客家用白紙)上，一般寫「坤造某年某月某日某時生」，作為庚帖交媒人轉給男方。

(三)合婚

往昔漳州婚俗會將女方庚帖後置於男方家中神明、祖先案上卜卦，如三日內無事發生則為「三日圓、三日好」。而板橋當代已無此禮俗，因板橋城鄉移民多，祖先案桌未必跟者北上，說明台灣人口移動變化影響了社會禮俗。

故直接請算命先生「合婚」，根據男女雙方的生辰八字測斷兩人是否適於結婚。若雙方命理配合，男方就把自己的庚帖並備禮餅、紅包送給女方。接著改由女方合八字，亦請算命先生合婚。

而傳統漳俗的相親，在板橋婚嫁行的說明，已與定婚之定親合併，簡化之。

二、定婚

訂婚相當於古代的「納吉」、「納征」和「請期」，算作辦喜事的開始。包括以下禮俗：

(一)定親

又稱「過定」、「食定」、「下定」、「文定」或「送定」。男家女性長輩由媒人陪同，在擇定的吉日將商定的禮品送到女家作為定聘。漳俗中的「行聘」又稱「提聘」或「送大定」，在板橋已和定親合併。(受訪者 K，2019 年)物品常湊成 12 色，一般為布料、香燭、冰糖、線面、橘餅、蓮子、豬肉、禮餅(喜餅)、花生糖、煙

³³ 張維正(2011)。接觸、殖民與文化容受：日治時期臺灣漢人婚禮的變遷。台灣師大台史所碩士論文。頁 21。

酒以及戒指首飾。

彩禮送到時，女家鳴炮歡迎—當代轉為較安靜的環保鞭炮(受訪者 K，2019 年)，以禮品奉敬祖先，並依禮接待來人。女方不能將禮物全部收下，要割下排骨和豬腳讓男方客人帶回，稱為「壓籃底」或「回程」。

其中，有差異與變化者為：檳榔，是舊式台灣南部婚俗物品，供賓客享用。豬肉，男方買半隻豬，女方買豬腿，將兩隻腿以紅線綁起。橘餅，當代多湊為六色糖，有冬瓜糖、花生糖、橘餅、福圓、花生糖或情人糖。男方贈禮中的福圓和冰糖，給予女方做成甜茶。(受訪者 K，2019 年)

女家應以甜茶招待男方客人(受訪者 K，2019 年)—漳俗是冰糖茶和糖糯米粥，待嫁女要上廳堂奉甜茶。客人接受甜茶時應送紅包為「壓茶甌」禮。女方家長將男方送來的戒指戴到待嫁女的手指上，稱「掛手指」，就完成「食定」的儀式。

女方回贈物品，包含新郎頭尾禮，從頭到腳的隨身物品，通常是西裝、衣物、手錶和皮鞋等。回禮當中略有差異，漳俗為聯巾；近來改為岳母贈送金項鍊或金手鍊，有鍊住的意涵。還有種子、女婿肚、緣錢黑糖、謝榴、桂花和蓮蕉、芋頭，有生男和綿延不絕之寓意。(受訪者 K，2019 年)同時，男女雙方都要向親友四鄰分送禮餅、糖果等，表示婚事已經確定。

清代台灣式婚俗中的「訂盟」(小定、文定)，即為漳俗的「定親」、「行聘」。其中，程序中最重要就是接受聘金，聘金是媒人與女方商討。男方先送給女方一部分聘金，稱之為「過定銀」：過定之後表示兩家婚姻契約成立，此後婚禮即不能毀約。

女方收到彩禮後，就開始準備嫁妝。富家的嫁妝叫「全廳面」，小至馬桶(早得貴子)、針線，大至田契、房契等。貧戶嫁女只備「半廳面」：幾套新衣服、花粉、鏡奩、剪(生產順利)、尺(知道分寸)、被(家庭溫暖)、帳(當代幾乎無)等物品。還要準備一對「帶路雞」作陪嫁，有公雞和即將下蛋的母雞，於迎娶之日用紅頭繩兩端各捆一隻雞的腳，置入籃內由女僕相提到新郎家。

其中，板橋婚俗中，不似漳州婚俗有壽衣的慣習，為避諱於大喜之日談死亡之故。而帶路雞一會生會賺錢的意義，在現代社會中也轉為以小雞模型取代。嫁妝中，尚有大小臉盆一包丁概念，具有祝福與生育意涵的日常物品。(受訪者 K，2019 年)

(二)送日

即為選擇結婚的日期，又可稱為「請期」或「提日」。男方擇定吉日迎親並經女方同意後，便書寫紅帖正式通知女方迎娶日期和落轎時應避屬相沖克的人，然後依禮行事。

1. 添妝與添丁

板橋婚俗與漳俗相近，送日以後，男女雙方親友於迎娶日前送出賀喜的財禮。當代為酒宴前收禮，或者部分親友事前親送紅包。女方的親友要送紅包或禮物到女家，謂之「添妝」；男方的親友也要送紅包或禮物，為男方「添丁」。

2. 裁制婚衣

漳俗中，送日以後，男女兩家要擇日祀神上香，然後裁制婚衣，稱「開剪」。除禮服外，還要裁制新郎新娘的白色內衣內褲。婚後新娘要妥善收藏這套內衣內褲，直到她死時再換上這套內衣內褲入棺。新娘的婚禮服為紅襖紅裙，配上繡花紅鞋，衣服上要「打萬字」之刺繡以祈吉祥。

板橋與漳俗大致相同，物品略有轉變，新娘購買準備好兩套新內衣褲和新衣，為當代西式服飾。過去為展現娘家實力，不宜結婚四個月內買東西，否則暗示娘家窮困未能準備好生活物品，故嫁妝總是盡可能將東西買齊買好。(受訪者 K，2019 年)

3. 挽面

新娘出嫁前要擇日祀神上香，請專業的婦女為其「挽面」，就是用細線交叉絞掉新娘臉上的汗毛。俗稱「開面」，表示出閣成人，板橋亦保有此風俗慣習。

4. 安床

娶親前男家要將洞房佈置妥當，首先要擇吉日安床掛帳，床鋪必須順著屋樑的方向放置，避免擔樑。床安好後要請一兩個屬龍(其次選屬蛇的)男孩爬上新床翻滾嬉鬧，象徵新娘連生貴子，稱「翻床」。

迎娶前夕，女方家長會請人攜帶新臥具、鏡奩、箱櫃(象徵富貴)等物前往男家佈置洞房。完婚前，新郎不可在新房單獨過夜，必須有一兩個平輩的男子伴睡，稱為「暖房」。睡伴首選為屬龍，忌選屬虎。

三、完婚

依正統的家禮，婚禮中「親迎」是六禮之一，受到極大的重視。但漳州在清代「鄉俗間有不親迎者」，歷來不強調新郎親自迎娶新婦，不少是請「好命人」(福分大的人)代為上門迎接新娘。而對迎娶的細節卻十分講究，一絲不苟。

(一)出閣

新娘出閣儀式繁複，而且各地區各不相同。清代，漳州嫁女要有「送嫁姆」陪行。但板橋與台灣皆無此俗，僅有簡化婚俗後，意涵近似的「好命婆」。

1.上頭

新娘在迎娶日要以香花、石榴枝葉熬湯沐浴，換上婚衣後，端坐在大廳裡的一面大筊(以篾編成，用於晾曬穀物的淺平大圓筐)內倒置的米鬥上，由長輩或好命的婦女為她梳頭、簪髻、戴花，稱為「上頭」。

或僅在廳中的神位前由母親(母親不在則由其他女性長輩代替)插上首飾，表示已撫育成人。此禮，為古代笄禮的遺風。新娘還要戴上鳳冠，插早稻穗以表早得子。

當代已變成已簡化為艾草香皂沐浴，新娘秘書負責妝髮造型，頭飾隨著流行文化已改變造型，仍有插早稻穗，但是作為避煞之俗。「當然這個新秘是不是好命福德雙全就不得而知了……」(受訪者 K，2019 年)說明在當代社會風氣下的禮俗轉化，裝扮造型的能力似乎比傳統福氣好命來的重要多了。

新娘打扮完畢，全家團聚吃一頓告別酒宴。宴席固定是十二道菜，稱「十二碗圓」即食姊妹桌。食後新娘與親友鄭重告辭，然後退入內室。

2. 上轎

男方迎親隊伍到後，經過僮相們再三催請，新娘走出廳堂向神明、祖宗神位及雙親行跪拜禮辭行。父為女兒覆上蓋頭後，家人點燃的鞭炮，並用米篩或雨傘遮在新娘頭頂上，使新娘避煞，父母隨即扶新娘上轎，轎內多放有紅圓子。

當代則是有女僮相整新郎，好命婆帶新娘出房，時辰抓緊多半不推辭上車，說明現代社會的講求效率。當代為汽車做為交通工具，新娘乘坐的汽車較好，有買車也有租車。當代人因飲食喜好，紅圓子改為蘋果。(受訪者 K，2019 年)

3. 離家

新娘上轎後即從轎上扔出紙扇，謂之「放性地(脾氣)」。父親將一碗清水潑向轎後，這是古人嫁女戒勿「大歸」(走回頭路)的遺俗。

花轎起行，新娘應在轎中號啕大哭，謂之「哭好命」、「哭興旺」。同時娘家立即緊閉大門或以米篩擋門，避免運氣被帶走。這些風俗仍有部分保留，但在疼惜女兒的心情，未必有丟紙扇或潑水。(受訪者 K，2019 年)

(二) 迎親

舊時迎親，男方要擇吉時出發，交通工具採用花轎，並有各相關人士同行乘轎，後方有扛匣。一些地方迎親隊伍由「拖青」的人走在最後。「拖青」的多為男孩，拖的是枝葉齊全的松枝或榕枝，有的是拖頭尾齊全的鮮竹。迎親隊伍到女方家門時燃放鞭炮。放過三陣炮後女家開大門請迎親隊伍進門。

新娘上轎後，迎親隊伍接過嫁妝，有時還加上女方準備帶到婆家種植的帶根的毛竹，返回男家。迎親隊伍一路上鼓吹(樂器)齊鳴，每經村巷、寺廟、橋樑都要鳴炮過路。小叔執紅漆盤盛兩顆紅柑請新娘下轎，新娘回贈以紅包。

然後由「好命」(壽高多子孫、夫妻雙全)的老婦女扶新娘出轎。送嫁姆唱：「新娘踏土，生囡好囡模；踏依在(穩)，生囡胖獅獅。」同時有長輩用貼上八卦的米

篩(米篩代表未懷孕，雨傘則是有無懷孕皆可使用)遮在新娘頭頂上，讓新娘走進大門。

送嫁姆隨新娘進大門，口中要唱好話，如過門檻唱：「過戶橫，有吃又有穿」等等。新娘進門，要生起炭火爐或燒一把稻草，讓新娘「跨火薰」，而且要新娘踩門檻。有的地方當新娘到家門時長輩要暫時避開，以免「相沖」。

如果新娘的生辰八字中犯「破娘家」或「破婆家」，主持婚禮的人就會在大門口預先放一片完好的瓦片，新娘入門時踩破瓦片，旁邊的人隨即說：「都破了！都破了！」以此化解八字中的缺陷。

迎親的轉變包含交通工具轉變後，花轎已成為汽車。此外亦與漳俗略有差異之處有：托青僅留女方家往男方家出發才拖掛；刪除女方宴請迎親隊伍和男賓相偷酒盅之俗；而踩瓦片，則是轉為蘊含不弄瓦(生女)是生男的期待。

(三)成親

漳州完婚的儀式大致包括古代的拜堂和合巹，由男方請一個內行人——「管事」來主持儀式。新娘進門後，管事手捧圓門，邊走邊唱好話邊撒門裡的穀粒，引導新娘走上廳堂。管事高聲唱禮，新夫婦先拜天地，再拜父母，然後夫妻交拜成禮，開始大宴賓客。

新娘進洞房時，新郎的家人要把帶路雞放進床底下，然後撒米引誘，想方設法使公雞先走出來，預兆新娘頭胎生男孩。帶路的母雞在一兩天內下蛋也被視為新娘早生早育的吉兆。送嫁姆在進洞房的前後都不停地唱好話，她教新郎用秤桿挑去新娘頭上的紅色或黑色綢蓋帕，並指導新夫婦食用十二道菜組成的「新娘桌」。送嫁姆先將酒倒在一對以紅線聯繫在一起的酒杯裡，讓新夫婦互遞酒杯，同飲合巹酒。廳堂的宴席上由新郎舅父坐首席，新郎的父親作為主人向來賓敬酒。酒過三巡，新郎新娘要出來敬酒，席終鳴炮送客，至門而止。

當代婚俗中，帶路雞已為模型僅具象徵意義，故新房誘公雞之俗已消失；指導新郎儀式者，簡化為媒人或好命婆；酒宴仍相同，只是場地不在家中而是婚宴

餐廳，並在婚禮會場外放置大型婚紗攝影照片。(受訪者 K，2019 年)

四、婚後

清代漳州舊俗，合巹後，俗諺云：「越日父母持湯餅房，三日而後廟見，見畢旋馬，乃執婦事」，後來婚後的禮俗逐漸有所變化。

(一)出廳

傳統漳俗，新婚的第二天，新娘在雞鳴時就要出洞房，盥洗修容，準備正式參與婆家的家庭生活。新娘先要煎四果湯，或者以桂圓幹或蜜金棗沏成甜茶，準備「拜茶」。待到全宅的上輩上堂，新婦便到廳堂祭祀祖先和神明，然後端甜茶敬奉尊長，並把自娘家帶來的鞋子敬獻給公婆，隨後公婆引新娘與全家大小見面。拜茶，即古代「廟見」之遺禮，長輩接受新婦拜奉甜茶時要在茶盤內壓上紅包。拜茶所得的紅包錢照例盡歸新娘私有。拜茶後，新娘由送嫁姆陪同下廚初掌炊事；此外還要喂豬、飼雞、舂米，有時僅是象徵性的動作。

然當代社會中，新人未必與婆家同住，甚至居住不同縣市距離遙遠。「出廳」這些婚俗傳統隨著社會變遷漸消失，改為電話聯繫關心。(受訪者 K，2019 年)

(二)探房

迎娶的第三天，新娘的弟弟要坐轎到姐夫家探望，俗稱「舅子探房」，是古代「餽女」的遺俗。舅子帶糖、餅、香粉、抹頭髮的茶籽油和一籃鮮花或紙制石榴花，徑直走進新房，將禮物放在床上，並邀請姐姐回娘家作客。婆家應設宴隆重招待阿舅。

但當代社會，隨著家庭結構變化，未必有眾多兄弟姊妹。因此僅為婚禮當天，新娘兄弟陪同至新郎家探看。(受訪者 K，2019 年)

(三)歸寧

完婚後過一定時間新娘要「回門」(回娘家)，俗稱「做客」。新婿有時應陪同前往，俗稱「回禮」。送嫁姆也同時伴新娘回門，至此完成她的任務。

按舊俗，新娘婚後 12 天和婚後一個月還各應歸寧一次，來回都要攜帶禮品。但夫婿就不一定再陪同，而且新婦可以在娘家留宿幾天。以後新婦回娘家就習以為常，無須遵守特別的禮儀。

板橋婚俗為第三天新娘首次歸寧，但在當代隨著工作與蜜月旅行因素，未必能於第三天返回娘家。故折衷為擇日返回歸寧，並攜帶兩個伴手禮，較具有彈性。(受訪者 K，2019 年)

五、小結

這些漳州的婚禮習俗文化，反映了當時農業社會、女性社會地位、家庭觀念等文化特質。父權社會體系中，婚禮儀式由男方家族主導，女方亦以男性作為親族代表，男方再以聘金、聘禮、展演儀式將新娘納入家族。過程中各項物品與儀式，暗示新娘扮演為男方家族傳宗接代與承擔家務的功能，並扮演順從的理想女性形象。部分禮俗的物品，如：蕉葉、花生、竹子、甘蔗、豬肉、稻穗和米篩，除了反映了亞熱帶常見的地理資源，亦是當時的稻作文明傳統的再現。

貳、日治時期的婚俗變化

傳統的台灣式婚禮習俗，於日治時期的逐漸受到風俗改良運動、政府改革、新知識份子改良、外來宗教影響與戰爭期間的影響，逐漸出現禮俗變異。

日治時期在台灣總督府的政策推行下，女性地位逐步得到提升，在破除陋習、教育、就業各面向上得到許多進展。破除傳統不良風俗，如纏足與養女(媳婦仔)制度。1915 年，台灣總督府於保甲規定禁止纏足，並有嚴格的連坐處分。女性被正式納入教育系統，出現了第一間女子學校。女性專業人員如教師、護理人員、女醫生的出現。

日治時期的婚禮習俗紀錄，取自在大正十年(1921 年)由日日新報社發行，片岡嚴著作的〈臺灣風俗誌〉是研究台灣舊有風俗習慣的重要專書。另外，在昭和

九年(1934 年)由日日新報社發行，鈴木清一郎〈台灣旧慣冠婚葬祭と年中行事〉，比起片岡巖的研究更為深入，是以泉漳移民為禮俗重心的經典名著。張維正〈接觸、殖民與文化容受：日治時期臺灣漢人婚禮的變遷〉研究了日治時期的台灣婚俗變遷與原因。陳昭如編輯的〈福爾摩沙・愛情書——一封你從未收過 最深情厚意的情書〉中，蒐集許多日治時期民間婚禮儀式紀錄。本段落以這些著作作為主要文獻資料來源，紀錄與上段台灣式風俗主要差異部分：

一、議婚：

日治時期的議婚中，最大的變化就是出現鼓吹自由戀愛，取代媒妁之言。如台灣文學史中張我軍的詩詞、作家謝春木的小說，都在鼓吹戀愛自由與否定父母之命的荒謬。然而因台灣社會風氣保守，故採用日本婚禮習俗中的「相親」做為折衷，並逐漸取代傳統六禮中的「問名」。³⁴

相親方式為男方見女方，其一為女方家庭知情，男方才去探望女方，但女方未必知情；其二是男方不讓女方家庭知道，男方自行偷看女方。其一通常是男方、媒人與親友前往女方家拜訪，讓女方端茶出來，趁此機會見到女方，見面後男方如有意願談下去，則男方要進行「壓茶甌」在茶碗裡表達有談婚事的意願。³⁵

二、定婚：

定婚中，「聘金」收納是確定婚約的關鍵。日治以後，官方雖然強調女性人格應受法律保障，卻又不否定舊慣中的聘金制度，聘金制度遂繼續存在於臺灣民間。³⁶根據日人調查顯示，當時聘金的金額，上等家庭約 400 至 800 元，中等家庭約 200 至 400 元，下等家庭約 100 至 200 元不等。例如當時臺灣第一位醫學博士杜聰明，為了迎娶霧峰林家的閨女，女方開出四項嚴苛的條件，其中光是聘金就要 5,000 元。可見，不論社經地位如何，女方家庭多半都將嫁女兒收取聘金一

³⁴ 張維正(2011)。《接觸、殖民與文化容受：日治時期臺灣漢人婚禮的變遷》。台灣師大台史所碩士論文。頁 70。

³⁵ 鈴木清一郎(1989)。《臺灣舊慣習俗信仰(臺灣舊慣：冠婚葬祭と年中行事)(馮作民譯)》。台北：眾文。(原作 1934 年出版)。頁 156。

³⁶ 陳昭如(2005)。《福爾摩沙・愛情書——一封你從未收過 最深情厚意的情書》。台北：柿子。頁 63-65。

事，視為理所當然。此外，女學校的畢業女子(多為日本人)，比起公學校畢業的女子(多為台灣人)的聘金相較高許多。日治時期雖然政府與聘金傳統仍存在，並依社會階層代價而沽。³⁷

在西方思潮影響下，部分改革派台灣人與新知識份子，視聘金為人身買賣行為，要求廢除此舊慣。³⁸然而改革力量薄弱，社會結構尚未改變，故聘金的廢除僅有少數人響應。³⁹

三、完婚：

日治時期，完婚階段中，台灣婚禮習俗在「結婚儀式」、「禮服樣式」和「親迎儀式」三個部分出現明顯變化。

自 1905 年(明治 38 年)起，部分知識分子已注意到傳統婚姻制度的問題，同時思索改善的方法。經過一段時間的討論後，1910 年(明治 43 年)開始，出現被稱為「文明結婚」或「新式結婚」的型態。而這些「文明結婚」的施行者，多為接受過新式教育的知識分子、中上流社會階層的臺人，以及基督信徒。彼等結婚之時，多以傳統臺式婚禮為主，並以西方現代文明器物替換傳統器物。⁴⁰

在「結婚儀式」舉行中，也有因外來宗教傳入，因信仰差異選擇西方的「基督教結婚式」、日本神道教的「神前結婚式」或較少數信仰日本佛教的「佛前結婚式」，分別在教堂、神社、佛堂進行婚禮。儀式過程仍保留聘金、聘禮傳統，或者補上缺漏的部分—台式婚禮的訂婚與婚後儀式，可見仍有因地適宜的特性。這些宗教信仰者所佔比例不高：基督教式婚禮要求新人皆為基督徒，北部基督教長老教會亦限制中式祭祖傳統；風行日本的神道教婚禮，在台灣因缺乏信仰基礎，設立神社數量有限(1934 年全台僅有 25 所神社)，多半是與統治者關係良好者才

³⁷ 陳昭如(2005)。《福爾摩沙·愛情書——一封你從未收過 最深情厚意的情書》。台北：柿子。頁 64。

³⁸ 陳昭如(2005)。《福爾摩沙·愛情書——一封你從未收過 最深情厚意的情書》。台北：柿子。頁 63-65。

³⁹ 張維正(2011)。《接觸、殖民與文化容受：日治時期臺灣漢人婚禮的變遷》。台灣師大台史所碩士論文。頁 201。

⁴⁰ 張維正(2011)。《接觸、殖民與文化容受：日治時期臺灣漢人婚禮的變遷》。台灣師大台史所碩士論文。頁 49。

會施行；佛前結婚式信仰更是極端少數。⁴¹在 1938 年皇民化運動背景下，海山郡成立海山神社(位在今新北市中和區員山公園)，為最靠近板橋街的神社，然在二戰後神社已被廢棄。⁴²

一次大戰結束後，當時社會經濟復甦，許多受西方思潮影響的知識份子，在舉行婚禮時，男性著黑色禮服，女性則穿及膝洋裝或西式及地禮服，手持捧花，當時報上稱做「文明結婚」。例如 1915 年，翁俊明自總督府醫學校畢業之後，與曾經當過秀才的富紳吳筱霞長女吳湘蘋，在臺南文廟舉行婚禮。這場婚禮，不僅突破傳統習俗，新娘還披上全臺第一件純白的西式婚紗，典禮儀式簡單而不失莊重，為後來的婚禮樹立典範。⁴³

大體而言，婚禮禮服約在日治中期(1910 年代)出現變化，漢人男性從中式官服，開始改穿西裝，並逐漸成為多數人的習慣。漢人女性的服裝樣式相當不一，有臺式漢人女性禮服、改良式婚禮服、粉紅色旗袍、西式白紗或日式和服禮服，總之多數已捨棄傳統鳳冠霞帔。日治時期女性是依照個人喜好、方便性與宗教信仰不同而有所差異。⁴⁴

日治初期，大多台人還是維持傳統中式禮服結婚。1920 年代，隨著文化接觸後，普羅大眾向上模仿學習，原本只有上流階層女性穿西式婚紗，迄自 1930 年代戴頭紗穿白紗的女性也逐漸增加。受新式教育的台灣年輕人，模仿日本人結婚時穿著白色婚紗。然而中式傳統婚俗喜慶為紅色，白色則為不吉利的象徵，如果在長輩無法接受下，部分新人採用「粉紅色禮服」做為折衷。⁴⁵婚禮服的取得方法，亦依照各人狀況、喜好、身分有所不同：如向出租店租賃，或在洋服店購買，又或者在日本訂製、購買再帶回臺灣。其中，也有人是在臺灣訂製，從香港

⁴¹ 張維正(2011)。接觸、殖民與文化容受：日治時期臺灣漢人婚禮的變遷。台灣師大台史所碩士論文。頁 72-107。

⁴² 臺北縣文化局(2008)。臺北縣縣定古蹟海山神社殘蹟、中和瑞穗配水池調查研究及修復計畫。頁 5-45。

⁴³ 陳昭如(2005)。福爾摩沙·愛情書——封你從未收過 最深情厚意的情書。台北：柿子。頁 88-91。

⁴⁴ 張維正(2011)。接觸、殖民與文化容受：日治時期臺灣漢人婚禮的變遷。台灣師大台史所碩士論文。頁 46。

⁴⁵ 張維正(2011)。接觸、殖民與文化容受：日治時期臺灣漢人婚禮的變遷。台灣師大台史所碩士論文。頁 46。

進口的婚禮服。

男女禮服的西化，有著男性西服早於女性白紗的現象。探究成因，因日治時期「改裝斷髮」被視做文明進步的象徵；此外西服亦可作為日後穿著，因此接受程度較高。⁴⁶女性的白紗，因顏色與中國傳統禁忌相牴觸，需要更長的時間才能被社會所接受。

「親迎」儀式也出現改變，日本領臺初期，民風未開，臺灣婚禮的籌辦與禮服的裝束，仍舊維持傳統漢人的儀式，只有在幾個比較熱鬧的城鎮裡，才會以人力車或三輪車取代傳統花轎，作為迎娶新娘的交通工具。⁴⁷到了日治中期，更改為西式樂器與火車、汽車等新式交通工具。例如 1926 年元月，基隆巨賈顏家長子顏欽賢結婚，動用六臺汽車，替代鑼鼓喧天的長長隊伍，從基隆前往士林迎娶新娘。1930 年 10 月，臺中霧峰林家林雲龍結婚，使用的汽車高達 24 部之多。⁴⁸

更有甚者，以往在迎娶過程新娘不得被他人看見的禁忌也被放棄。如：1902(明治 35)年辜顯榮曾為此問題，不惜耗費大筆資金改裝列車，只為將花轎放入列車中；在 1914 年則只需透過換乘交通工具的方式，即能解決前者之問題，可見經過這十多年的時間，傳統價值觀也逐漸改變。⁴⁹

四、婚後：

日治時期，婚後禮出現模仿西方婚俗的「新婚旅行」。源自於基督教婚禮在教堂宣示儀式完畢後，眾人拍攝紀念合照並舉辦婚宴，結束後新婚夫妻一同前往蜜月旅行。由於日人崇拜西方文明，部分台灣人士開始模仿西方婚後禮特質，在舉行傳統臺式婚禮後不回娘家，而改施行新婚旅行。

在日治前期，由於交通和經濟上的限制，僅有少數上流階層會實施新婚旅行，

⁴⁶ 張維正(2011)。接觸、殖民與文化容受：日治時期臺灣漢人婚禮的變遷。台灣師大台史所碩士論文。頁 154。

⁴⁷ 陳昭如(2005)。福爾摩沙·愛情書——封你從未收過 最深情厚意的情書。台北：柿子。頁 88。

⁴⁸ 張維正(2011)。接觸、殖民與文化容受：日治時期臺灣漢人婚禮的變遷。台灣師大台史所碩士論文。頁 154。

⁴⁹ 張維正(2011)。接觸、殖民與文化容受：日治時期臺灣漢人婚禮的變遷。台灣師大台史所碩士論文。頁 49。

且地點的選擇較少，如：1918 年（大正 7 年）醫學校畢業生連煥明，於臺北艋舺結婚，是日夜宿鐵道旅館，翌日將回鄉的旅程視為新婚旅行；或是 1920 年（大正 9 年）5 月企業家陳際唐的女兒和醫學校畢業生林其章施行新婚旅行，而旅行的地點則只是由嘉義北上，遍探大地風光。其後，隨著臺灣各地交通越來越發達，經濟環境較好的臺人則會選擇海外，譬如日本或中國等地，舉行新婚旅行。⁵⁰

觀光旅遊是一個空間移動的過程，因體驗與日常生活不同的地理空間，得到滿足的娛樂行為。新婚旅行源自西方，反映著西方文化的個人主義大過家族連結，新婚夫妻藉由旅遊共同擴張地理空間，進行短暫的異地殖民。而女性原本被定位屬於在私領域，台灣受到日式風俗影響，在新婚旅行中，這些幸運的女性可以以妻子身分置身公共場所，藉由空間的移動增加旅行者的文化資本。

縱觀日治時期台灣的婚俗變遷，在與日本殖民政府文化接觸下，崇洋崇日風氣日盛，物質文明的進步，這些具有留日背景或受過新式教育的知識份子與仕紳鼓吹實踐了「新式婚禮」。如跨醫界與政界的韓石泉與莊秀鸞，婚前便不避諱的自由戀愛，婚禮去除繁文縟節、不貪嫁妝、不誇耀財富、不歡迎不禮貌的看新娘，在當時相當前衛。⁵¹日治時期，在議婚、結婚、完婚、婚後四個階段都出現過去前所未聞的婚俗變遷，甚至完全與中式傳統相反—新娘著白紗禮服，不僅在禮服樣式全面西化，顏色也完全顛覆傳統中國喜慶顏色的認知。隨著日本戰敗，戰爭結束後日本人離開台灣，這些文化內涵仍在台灣這塊土地上繼續延續下去。

參、戰後的婚俗變化

戰後的資料，引用台灣省文建會於民國 82 年(1993 年)編著的〈台灣婚喪習俗口述歷史輯錄〉⁵²，調查台灣各地區與原住民婚喪禮俗，由板橋耆老們為主，口述古今風俗，記載民國 62 年(1973 年)以前的新北市婚俗，可藉此一探板橋往

⁵⁰ 張維正(2011)。接觸、殖民與文化容受：日治時期臺灣漢人婚禮的變遷。台灣師大台史所碩士論文。頁 48。

⁵¹ 陳昭如(2005)。福爾摩沙·愛情書——封你從未收過 最深情厚意的情書。台北：柿子。頁 88-91。

⁵² 台灣省文建會(1993)。台灣婚喪習俗口述歷史輯錄。南投：台灣省文獻委員會。頁 59-66。

昔風貌。藉由民國 40 年代開始經營的板橋成美嫁妝寢具訪談，概述婚俗的變異。

一、議婚：

「老一代的人，一定會去探家風」(受訪者 K，2019 年)在戰後初期，結婚還是要打聽彼此的家庭背景。延續日治時期相親議婚，當代社會風氣更為開放，男女改為公開交際出遊。原本掌握未婚男女交際媒介與婚俗指導的媒人，角色轉變為介紹人或者便媒人，不如往昔佔主導地位。然議婚依舊是男方出面主導，主動邀約男女新人和女方家長於飯店聚餐。

二、定婚：

根據台灣舊慣信仰中譯版作者指出，民國 67 年所聞聘金，大約落在新台幣兩萬四千元到四萬兩千元左右，北部也有六萬元的價格。⁵³「現在疼女兒，比較多人不收了，但是如果有收的，價格大概都比以前多了，大概從六萬變成十幾萬。」(受訪者 K，2019 年)聘金在婚禮中仍是重要習俗，但越來越多女方不收大聘或者不收聘金；收聘金的家庭，在物價上漲之下聘金金額提高。

依舊保存男方餽贈禮品予女方，內容較往昔簡化，包含新娘衣服、豬半、橘餅、冰糖、冬瓜糖、禮餅(約一、二十"木盛")和聘金。女方收下禮物禮餅後，部分拜公媽，另備酒席宴請送定的人，約莫一兩桌至五六桌。收到彩禮聘金後，女方亦需準備嫁妝，豐厚的嫁妝也意指：嫁出去的女兒不得再回家分財產。女方新人坐在高腳椅上，由男方家長為她戴上戒指後完成定婚。⁵⁴

隨著西式喜餅進入市場，消費者飲食喜好的變遷，「喜餅」口味從過去秤斤厚實的中式喜餅，改為精美盒裝的西式餅乾蛋糕，中式糕餅所佔市場比例越來越低。

三、完婚：

⁵³ 鈴木清一郎(1989)。臺灣舊慣習俗信仰(臺灣舊慣：冠婚葬祭と年中行事)(馮作民譯)。台北：眾文。(原作 1934 年出版)。頁 177。

⁵⁴ 台灣省文建會(1993)。台灣婚喪習俗口述歷史輯錄。南投：台灣省文獻委員會。頁 59-66。

新娘梳妝完畢後，拜別祖先。保存食姊妹桌風俗，意為告別酒宴，同時教導新娘孝順公婆與祀奉丈夫的道理。⁵⁵

隨著交通工具的改善，汽車普及率提升，親迎的交通工具改為搭乘轎車。仍保有米篩遮日、竹竿掛豬肉以避邪的風俗。新娘仍須拋扇，表示拋下婚前壞習性；女方家人則隨之潑水關門。新娘進入男方家門須踏破瓦片，意指一舉得男，不可踏至門檻破壞男方運氣。酒宴僅有男方宴客，撥出二、三桌給女方招待至親。⁵⁶

結婚照片的慣習，在日治時期就有結婚當日攝影，1950 年是著便服或富人著禮服到照相館攝影，佔八成比例。至 1960~1970 年代，此慣習幾乎全面普及。1970 年代進入彩色攝影年代，人物攝影更為活潑，攝影地點在照相館或新人家中。1977 年，芝麻攝影提出到風景區婚前攝影之構想，引發風潮。故從婚禮當日在室內攝影紀念照，轉為結婚前與生活脈絡脫離的地點進行攝影的新式婚俗。新娘禮服，亦從紅色到粉紅色，最後變成著白紗的慣習。⁵⁷

當結婚照的數目逐漸增加時，唯有「新娘」開始有個人的獨照，而不是「新郎」的獨照，這個現象不論在台灣或國外皆然，是在父系社會下的文化所致。⁵⁸

四、婚後：

傳統舅仔探房，由女方的兄弟於婚後三日帶食物探視新娘。過去起碼要滿月才能回外家，而今以縮短為三日。⁵⁹「但是現在人生的少，沒甚麼兄弟姊妹，可能就是婚禮當天」(受訪者 K，2019 年)隨著現代家庭結構變化，婚後傳統的舊仔探房消失，最多就是在結婚當天陪同新娘在夫家，反映了婚俗隨社會變遷而改變。

⁵⁵ 台灣省文建會(1993)。《台灣婚喪習俗口述歷史輯錄》。南投：台灣省文獻委員會。頁 59-66。

⁵⁶ 台灣省文建會(1993)。《台灣婚喪習俗口述歷史輯錄》。南投：台灣省文獻委員會。頁 59-66。

⁵⁷ 金家禾、徐欣玉(2006)。影響創意服務業空間群聚因素之研究—以台北中山北路婚紗攝影業為例。《國立臺灣大學建築與城鄉研究學報：第十三期》，1-16。

⁵⁸ 李玉瑛(2004-05)。裝扮新娘—當代台灣婚紗業的興起與發展歷史。《逢甲人文社會學報：第8期》，183-217。

⁵⁹ 台灣省文建會(1993)。《台灣婚喪習俗口述歷史輯錄》。南投：台灣省文獻委員會。頁 59-66。

肆、婚俗的變遷與意涵

綜合第一節探究板橋地區的婚俗變遷：漳州婚俗、日治婚俗到戰後婚俗，接下來以三大婚俗流程：議婚、定婚、結婚與婚後，做為分析主軸，以各階段關鍵婚俗，探究文化層面變異與意涵。

一、議婚：

傳統婚禮的關鍵人物—媒人，在《禮記·曲禮篇》上曾記載：「男女非有行媒，不相知名。」〈坊記篇〉有「男女無媒不交」⁶⁰的說法，在整個議婚階段完全由媒人居中聯繫，而雙方家長是不出面的。

「議婚」中，先由選擇媒人與主婚人，傳統漳州風俗中，溝通橋樑—媒人為男方家族選擇，男女雙方主婚人亦為家族男性擔任，在濃厚的父權操控下就此展開婚禮。

婚禮習俗中，反映著女性在邁入婚姻不具有主導權，僅能扮演社會觀點中的女性化特質，含蓄、害羞、被動與配合的角色。例如：「探家風」中，媒人先前往女方家中代男方主動表達詢問，女方才接續被動探聽男方身家。「求庚」中，女生同意提親後，交出新娘的生辰八字，讓算命先生「合婚」，如不符合旺夫命，還需要偽造好八字。男方在合婚順利後，才拿著禮餅紅包拜訪女家，才換女方接著找算命先生合婚。

直到在日治時期出現的「相親」，依舊是男性提出見面要求，女方有可能知情，亦可能不知情。顯見雖風氣漸為開放，但女性仍處在被動、被選擇的位置。

到現代男女為婚前自由戀愛風氣漸盛，在邁入婚姻的上，女性對婚嫁對象的選擇權力才大幅提升。在此同時，媒人已多轉為便媒人(不過仍由男方家選擇熟識的年長女性擔任)。媒人不再是一場婚禮橋梁，已轉變成僅具簡單的禮俗象徵意義。

二、定婚：

⁶⁰ 李文獻(1993-07)。婚俗的傳統、現況與檢討。《國立僑生大學先修班學報》，第一期，37-86。

過去男方需前往女方家中，並準備「聘禮」給與女方，聘禮包含了大聘、小聘、喜餅和戒指等，意為感謝女方家庭對新娘的照顧。在女方收下聘禮後，並發送男方餽贈的「喜餅」與女方親友，以金錢與禮物收納，作為完成定婚儀式的依據。

男方給予女方要求的「聘金」與「聘禮」，女方家族收下部分聘金作為確定婚禮約定。聘金是依據社會階層、新娘美醜條件決定金額，女人身為人的價值因此被貶低為可計價的「物」。收取聘金與聘禮，隱喻女性被物化為可交易的商品。女人淪為在男性間買賣的商品，所有權從父親手中轉移到丈夫手中。這個交易行為女人為受害者，而兩個男人之間卻因此受惠，互相抬高了彼此社經地位。

收取聘金後，買賣下的女人將逐漸失去原生家庭的聯繫，進入男方家中成為新購入的勞動力。延續至婚後，女性須以夫家為主，不論在大小節慶、祭祀、從夫性、小孩姓氏與死後喪葬，邁向與過去自我的斷裂。

訂婚階段，由男方餽贈各種聘禮。「喜餅」，由女方被動接受後，再轉贈親友，以此代為宣告自家女兒將離家出嫁。「聘禮」中也暗藏玄機，如紅棗、桂圓、花生、蓮子.....等等，大量語言與符號，隱喻著有早生貴子、夫妻同心的意涵。婚俗中隱藏著要求女性不只需要肩負懷胎生育責任，接著指定女性必須生育出優勢性別—男性，也簡化女性的貢獻—僅止於母職。聘禮收取中，同時保障陽性不被剝削，因此婚俗規範著女方須適可而止。例如：豬腿給予女方後，女方至少要剩下骨頭還給男方，意思是不讓女方吃乾抹淨。

而現代婚俗簡化後，繁瑣的六禮與十二禮依雙方家庭決定，整體較為簡單。收取聘金的比例也逐漸下降，象徵男女平等的思想漸影響婚俗變化。在日治時期，日本政府與知識份子企圖大力改革聘金與聘禮的陋習，但成效不彰。

直到現代，聘金的收納隨女方家庭要求，越來越多家庭選擇不收納聘金，以期待男女雙方能更平等進入婚姻。

三、完婚：

在親迎階段，新娘先「吃姊妹桌」，並聽從長輩的指教，內容多為要求新娘順從丈夫孝順公婆。上轎後必須「拋扇」，表示放下婚前小姐壞習性。這些有助於婚姻男女互動的習俗，卻未見對男性做出相同規範，顯現婚俗中期待：女性在婚後必須是忍讓順服丈夫的角色。

在新娘上轎後，女方家庭立即「潑水」與「關門」，避免新娘帶走女方家的運氣，女兒也像潑出去的水一樣，離開原生家庭。也意指著婚後娘家與新娘的關係趨弱，新娘被迫切斷過往的人際互動，以新人之姿重頭適應以男方家庭與親友為主的社會網絡。

在女性進入新的社會網絡中，婚俗對待女性不算友善。當新娘必須跨過男方家庭門楣，規定新娘不得踏上去，以免未來男方家庭被新娘踏落底。新娘進入男方家中，需要「踩破瓦片」(弄瓦為生女之意)，代表一舉得男。

這些婚俗再度強調一女性被期待生育出男嬰以傳宗接代，並且是順從男方家庭的。在空間移動上：由新娘移動至男方家中，婚後一同居住在新郎的家中。因此新娘需適應新家庭的生活習慣，男性具有支配空間的主導性，也強化了男方對新娘的控制。

相較於男方在「完婚」階段可宴請眾多親友，嫁女兒則未有大型宴客的傳統，僅分配一兩桌給女方至親好友，可見傳統婚俗是以男方娶媳婦為主角，女方被動配合。現代的婚俗越來越趨向男女平等，可以延續訂結婚分開或者一起辦理，女方也可邀請親友喝喜酒。而拋扇、潑水、踏瓦片與不得踩踏門檻的風俗，部分家庭也未必要求新娘去完成。在現代婚俗中，女性地位逐漸提高。

隨著科技的進步，在日治時期，結婚階段出現結婚當天到相館拍攝新郎新娘的合照。到 1970 年代台北市出現「婚紗攝影」的新式風俗，提早拍攝多組照片於婚禮當天展示，並提供租借女性禮服婚紗與化妝髮型的三大項目整合性服務。新式婚俗讓新娘仍舊是被觀看的客體，接受男性權威的凝視(gaze)；但也鼓勵了女性能自我選擇妝扮自己的身體，間接開啟女性得到身體的自主權。

四、婚後

舅仔探房是婚後第三天，新娘的兄弟帶著禮物坐轎前來，同時探望新人起居。傳統社會中如發現新娘並非處女，則男方主婚人可質問舅仔，同時責備媒人；反之則與以熱情款待，舅仔帶著男方回贈禮品紅包返回。必須至「舊仔探房」此才確認是婚事底定。女性在傳統婚俗中被要求是守貞，否則是可被退回的物品。

隨著時間演變，舅仔探房逐漸流於形式，反而成為新娘的娘家後盾的概念，與雙方家庭增加交流的機會。到了日治與戰後，更多新人選擇西式的「蜜月旅行」，舅仔探房與歸寧的傳統，僅止於形式或簡化刪除。

五、小結

「這些婚俗的東西用台語唸就知道意思，不是平白無故帶著日常用品去的。」(受訪者 K，2019 年)這些婚俗物品，藉由諧音、物的功能、特性或儀式流程，呈現了社會的價值觀與禁忌。各種物品、儀式與流程，是社會文化的反映與強化。歸納上述婚俗與演變，傳統婚俗具有以下幾點特性：

1. 透過婚俗物品，傳遞理想婚姻與家庭的期待。
2. 強調男方在婚禮的主導性，女方被動配合。
3. 規範女性婚前、婚禮到婚後必須扮演順從的角色。
4. 婚前女性必須是貞潔的，結婚目的為生育男丁。
5. 暗喻新娘婚後社會網絡轉為以男方家庭為主，並成為男方的勞動力。

本節再依據時間的脈絡，探究板橋地區的婚俗變化，部分物品的實用意涵消失，逐漸消失或取代，變化為新式婚俗，主要有以下特徵：

1. 交通工具改良：花轎轉為陸運的火車、轎車。
2. 文化轉變，近代西風東漸之下：喜餅轉為中西式或西式為主流，新人從官服與鳳冠霞帔，到穿著西服與西式婚紗和禮服。

3. 消費習慣改變：結婚當日照相館拍照，改為婚紗攝影服務。婚後出現蜜月旅行新俗。
4. 社會價值觀轉變：轉為自由戀愛，也可能採取將聘金、丟扇、潑水等儀式刪除。
5. 新俗之中，仍有傳統習俗蘊含於其中，出現傳承或漸變。

然而婚俗並非一成不變，從清代移民社會帶入閩南式漳州婚俗、日治時期殖民與文化模仿、戰後與全球化下文化變遷。在現代婚俗中，許多儀式已僅具象徵意義，演變之新式婚俗迎合了當代社會觀念。



第二節 婚禮禮俗的消費代表物與商店特性

根據上一節的板橋地區婚俗探究，了解板橋地區先在漳州移民下形成的漳州式婚俗。又在日本殖民影響，與戰後台灣的社會文化變遷，形成了當代的婚俗樣貌。這些婚禮習俗，透過無形儀式或具體物品的餽贈與收受，形成了受社會認可的社會關係。其中，這些無形婚俗中的代表物品，將透過中地理論，形成地表空間分布的秩序規律，與空間產生關聯。

壹、板橋區婚禮習俗的消費代表物

以下列出傳統漳州與當代婚俗物品，受限於歷史回溯不易，僅將當代婚俗物品與中地理論相連，說明物品的空間分布規律。將無形的社會文化，與地表空間產生關連。

一、漳州婚俗的消費代表物

〈漳州府志〉⁶¹第三十九卷《民風》中指出：「婚姻重門戶，不甚擇壻(婿)。有指腹為婚者，然雖世契，非媒妁不相締結。」並援引〈宋郡守朱子論俗文〉寫道：「不待媒聘而僭相奔，犯禮違法甚於斯。」⁶²從這些文本，可窺見在清代社會中媒聘的重要性，以及對不遵婚禮習俗的批判。

根據第二章第一節中，大致將漳州婚俗各階段中所需婚俗物品列表如下(表 2-2-1)：

⁶¹ 沈定均修(1806)。漳州府志。第三十九卷：民風。網址：
<https://ctext.org/wiki.pl?if=gb&res=549647>(中國哲學書電子化計劃)

⁶² 南宋郡守朱子，所指為朱熹。自明代以來，朱熹〈家禮〉明訂為庶民日常禮俗依歸，又因其曾任泉州同安主簿並治漳州，對漳州風俗影響深遠。

表 2-2-1 漳州婚俗儀式與代表物對照表

儀式	婚俗代表物
議婚	庚帖、禮品、神明祖先桌案、禮餅、紅包。
定婚	1. 男方行聘：布料、香燭、冰糖、線面、蓮子、冬瓜糖、花生糖、橘餅、福圓、花生糖、豬肉、禮餅(喜餅)、花生糖、煙酒以及戒指首飾。 2. 女方回禮：鞭炮、甜茶、壓籃底(女方將聘禮部分分下予以男方帶回)、金項鍊或金手鍊。聯巾 3. 女方嫁妝：馬桶、針線、新衣服、花粉、鏡奩、剪、尺、被、帳等物品。帶路雞(由紅綢緞一條，兩端各捆一隻雞)。
完婚	女方：挽面、新臥具、鏡奩、箱櫃、新娘衣飾、新娘首飾(鳳冠、簪髻、戴花)、石榴(枝葉沐浴與插戴花葉)、食姊妹桌 男方：男方衣飾、安床、轎子 正婚禮流程：鞭炮、紅圓子、米篩、雨傘、紙扇、扛匣、紅柑(以紅漆盤盛裝)、炭火爐、瓦片、帶路雞、婚禮酒宴(十二道菜、飲合卺酒)、紅燭、糖果
婚後	出廳：桂圓或四果甜茶(拜茶)、紅包、喂豬、飼雞、舂米 舅子探房：糖、餅、香粉、抹頭髮的茶籽油和一籃鮮花或紙制石榴花 歸寧：女婿禮物、歸寧宴、女方回禮

資料來源：漳州市志⁶³、本研究整理

二、當代婚俗的消費代表物

當代婚俗物中，根據本章第一節描述，隨著社會變遷，捨棄不文明或過時的元素，出現部分物品的消失、轉化、簡化或者創新。例如：新娘隨身物的消失、全豬改為豬肉或火腿、新式消費婚紗攝影的出現。以下就當代婚俗需求物中，依據儀式：議婚、訂婚、正婚禮和婚後四階段，列出婚俗代表物，再列出與當代禮俗物當代相關產業，如表 2-2-2：

⁶³ 漳州市地方編輯委員會(1999)。《漳州市志》。中國北京：中國社會科學出版社。卷四十五民俗：第四章婚喪壽慶習俗，頁 4-2598~4-2604。

表 2-2-2 當代婚俗儀式與代表物對照表

儀式		婚俗代表物	當代相關產業
議婚	庚帖		命理
定婚	1. 男方行聘：布料、香燭、冰糖、線面、蓮子、六色糖(冬瓜糖、花生糖、橘餅、福圓、花生糖或情人糖)、豬肉、禮餅(喜餅)、花生糖、煙酒以及戒指首飾。(湊成六禮或十二禮) 2. 女方回禮：鞭炮、甜茶、壓籃底(女方將聘禮部分分下予以男方帶回)、金項鍊或金手鍊、新郎頭尾禮(衣物手錶皮鞋等)、種子、女婿肚、緣錢黑糖、謝榴、桂花、蓮蕉、芋頭。 3. 女方嫁妝：馬桶、針線、新衣服、鏡奩、剪、尺、被、大小臉盆和模型帶路雞。		糕餅店、雜貨商店、肉販攤、嫁妝寢具行、布行、雜貨商店、食品乾貨店、花店、服飾店、家具行、鐘錶行、銀樓、百貨服飾。
正婚禮	1. 女方：新娘秘書(造型妝髮)、新娘禮服、新臥具、鏡奩、箱櫃、新娘衣飾、飾品、食姊妹桌。 2. 男方：新郎西裝、安床、禮車。 3. 正婚禮流程：鞭炮、蘋果、米篩、雨傘、紙扇、扛匣、紅柑(以紅漆盤盛裝)、炭火爐、瓦片、帶路雞模型、婚禮酒宴(十二道菜、飲合卺酒)、紅燭、糖果、婚紗攝影照片。		新娘秘書、禮服租借、婚紗攝影、家具店、裁縫店、男士西服店、百貨服飾、銀樓珠寶業、餐廳、雜貨店、租車行、嫁妝寢具行。
婚後	歸寧宴、兩個伴手禮		餐飲宴會

資料來源：成美嫁妝寢具店提供、本研究整理

這些婚俗物品，並非純粹的生活用品，而是蘊含對未來婚姻家庭的期望的物品。婚俗物包含了使用價值、交換價值外的文化價值，透過諧音和流程表達了社會價值與禁忌。婚俗物品除了展現文化價值，也透過物品的低級或高級中地物特質，與空間秩序產生關聯。

貳、板橋婚禮消費物的商店特性

一、中地理論與當代婚俗物

中地理論為 1933 年由 Walter Christaller 提出，理論中說明了商品服務與空間分布秩序之關聯。在商品的售價與購買頻率特性下，使提供商品的各個中地間保持固定距離。數個中地按照規則圍繞著高級中地(體系中地)，形成中地體系。克氏認為，中地的分布、範圍和數量，主要是受到市場原則影響，而交通和分離原則為次要影響因素。⁶⁴

中地理論，成為經濟地理學和聚落地理學的方法，對都市區域規劃理論產生影響。將「都市」視為一個中地，都市服務功能的專業化，決定了都市的成長程度。而各種大小不同的都市間，在規模、間隔、機能與設施等各方面，彼此間形成一種階層關係。⁶⁵

消費品，可區分為四大類型：便利品(convenience goods)、選購品(shopping goods)、特殊品(specialty goods)和冷門品(unsought goods)。而便利品包含了日常用品(staple goods)、衝動購買品(impulse goods)和緊急用品(emergency goods)三種。將婚俗與消費品結合，於便利品(convenience goods)類別下，僅具有「日常用品」特質，故以「日常性物品」和「選購性物品」說明婚俗物類型。

婚俗物品中，有日常性物品和選購性物品的差異，再與中地理論結合，依據購買頻率與消費特質，將婚俗物品劃分作「低級中地物」和「高級中地物」。考量消費品的類型，有歷史演變的差異，僅以當代婚俗物品作為分類。其中，婚俗中糕餅和宴會，看似為低級中地物，然而喜餅婚俗下大量訂購後總價提高，劃分作高級中地物。(表 2-2-3)

⁶⁴ Walter Christaller(2011)。德國南部中心地原理(*Die zentralen Orte in Süddeutschland*)常正文 王興中譯)。新北：商務。(原作 1968 年出版)

⁶⁵ 王鴻楷、陳坤宏(1991-09)。都市消費空間結構之形成及其意義 第一部分 都市消費空間結構理論的介紹與批評。國立台灣大學建築與城鄉研究學報：第 6 期，P43-62。

表 2-2-3 婚俗物品與中地物類型特徵對照表

中地物	低級中地物	高級中地物
特性	日常品(staple goods)，客戶通常會頻繁、立即的購買之物品服務，並在比較、耗力上都最小化。	選購品(shopping goods)，客戶會在適用性、質量、價格和風格上仔細比較的產品和服務。
婚俗物品	各式食材(豬肉、花果、乾貨、酒)、布料、日常服飾、美髮造型、花店、炮竹和各種生活雜貨、裁縫店。	嫁妝寢具行、戒指金飾、錶、新娘秘書、家具、命理、喜餅、宴會喜酒、婚紗攝影、男士西服店和禮服租借。
提供商品服務之中地類型	低級中地	高級中地

資料來源：本研究劃分

日常性物品意涵近似於低級中地物，出現於低級中地；選購性商品近似高級中地物，出現在高級中地。在消費者的購買頻率和價格高低等因素影響下，婚俗物品具有中地物類型差異，提供商品服務的中地與商圈層級相關，進而和都市階層產生關聯。藉由中地理論，將婚俗物品分類，反映出婚俗物之低級與高級中地物差異。透過中地理論分析，這些婚禮產業的規模和擇址，與都市階層具有關連性，與中地理論相呼應。

二、婚俗之高級中地物

選購性特質強的婚俗物，近於高級中地物的意涵，如中地理論所述，將出現於高級中地，即都市階層較高的區域。

這些婚俗的「高級中地物」，又可分作傳統婚俗物和新式婚俗物。傳統舊式婚俗物有：嫁妝寢具行、戒指金飾、錶、家具、命理、喜餅、男士西服店和宴會喜酒。新式婚俗物品有：新娘秘書、婚紗攝影和禮服租借。

其中，部分婚俗物的販售商家，並非僅限於婚禮才購買，婚禮產業的特質並

不顯著，如：戒指金飾、錶、家具、命理、男士西服店和宴會餐廳。部分則是未有實質商店的經營，如：新娘秘書，未有真實的營業地址，屬網際網路與親友介紹的流動空間。故就高級中地物中，符合顯著婚禮產業、實質商店經營的特徵者，為「嫁妝寢具」、「喜餅」和「婚紗攝影」三者。以下就此論述，說明這些商店經營的特徵。

1. 嫁妝寢具店的商店特性

「我們早期算是百貨，早期的人比較節省，結婚才會買寢具，所以寢具算是很高級的。」(受訪者 K，2019 年)

由於結婚才購買寢具，寢具業者除了寢具棉被床墊等物品的販售，亦同時經營嫁妝物品的販售。例如：依據中華黃頁電話簿資料顯示：經營「嫁妝」之商家全台灣有 111 筆(查詢日期：2018/9 月)，其中多半兼營「棉被寢具」、「百貨」或者「皮件」販售。故「嫁妝」應為寢具、百貨或皮件業者，兼售之商品服務，混雜在各個分類類型中，說明了以前嫁妝行多半是兼售的百貨型態。

寢具店過去前身為棉被行，為手工打棉花的製被行。在民國 60 年開始走向半機械化，到近年來羽絨被、蠶絲被和太空被等的出現，瓜分了大部分的市場。讓這些寢具可能轉而經營嫁妝。如：台北市士林百年老店的瑞成棉被行，也因應時代潮流，從手工棉被轉型為寢飾專賣店，店內也兼零售結婚用品。⁶⁶而板橋的成美嫁妝寢具，開業於民國 40 幾年，當時就是以棉被行起家，現在為嫁妝和寢具兼售的經營型態。

板橋成美嫁妝寢具，在創立之時，選擇在板橋街仔底地區，經營者認為這裡的消費型態高級，商圈服務範圍也廣，華江橋以南至鶯歌、桃園都是客人來源地。(受訪者 K，2019 年)這些販售棉被寢具的店家，屬於選購性消費物，區位選擇在熱鬧的商圈中，以吸引消費人潮。

2. 喜餅的商店特性

⁶⁶ 羅秀華(2004)。《台灣的老行業》。台北：遠足。頁 96-101。

過去糕餅的原料如米、砂糖和戰後出現的麵粉，價格偏高，因此糕餅的價格高昂，鄭興珍餅店第三代經營者鄭啟明表示：「當年一盒鳳眼糕的價錢，相當於一斗米的價格」，可知並非庶民可消費。⁶⁷當時糕餅為上流社會、名人雅士相互饋贈的應酬贈品，屬於高級品，部分餅舖甚至販賣烘烤過程中碎掉的餅屑，供平民百姓解饞。

「早期會做大餅的沒幾間，競爭不會很激烈」(受訪者 H，2019 年)

糕餅消費在過去具有兩種意義：一為與傳統禮俗節慶結合，二是富裕家庭的零食消費，業者訪談中陳述販售商家數量少，說明了糕餅過去具有選購性強的「高級中地物」特徵。台灣地區的傳統中式餅舖，以台中豐原高度聚集最為聞名。以豐原為例：當地糕餅產業發展，正是與清代名門仕紳階層具有密切關連。豐原糕餅店群聚在中正路上，主因為早期豐原最熱鬧的街區正在此處，是主要的市集交易地。業者考量「吃市」，多選在此開業，逐漸成為一條糕餅街。⁶⁸同業聚集之區位選擇，說明了與物品的選購性特徵相關。

片岡巖曾在《臺灣風俗誌》中記載臺灣婚嫁的各式糕餅，可見中式糕餅種類繁多。在「訂盟」(屬於今日訂婚的小聘)，男方須準備糕仔、糖仔餅送給女方；而「納采」(屬於今日訂婚的大聘)，男女準備糖、餅、福糖、萬糖贈與女方，富裕家庭再贈送冰糖、龍眼乾、鴛鴦糖、糖鼓、糖龜、糖雞、八角糖、萬字糖、茛花等糕餅，以及印有二姓合婚、百年偕老的大餅(圓形扁平內包肉餡)饋與女方親友。⁶⁹

台灣的喜餅選擇，過去以中式糕餅為主，今日婚禮中則以純西式或者中西合併的喜餅為主流。台灣的西式喜餅包括：郭元益(旗下有拉法頌、木村屋、白木屋)、伊莎貝爾(旗下有皇樓、御倉屋)、禮坊、大黑松小倆口、義美、高帽子、天

⁶⁷ 劉俐君(2011)。政治與食品-現代國家治理下的臺灣糕餅業(1895-1980)。臺師大歷史系碩士論文。頁 29。

⁶⁸ 王正雄、廖月霞、蕭淑君主編(1997)。豐原糕餅 今與昔 老照片與器物專輯。台中：中縣文化。頁 9。

⁶⁹ 片岡巖(1921)。臺灣風俗誌。臺北：臺灣日日新報社。頁 21-24。

鵝脖子街等。⁷⁰而其他主打精緻手工的小型西式糕餅業者，因生產規模不大，暫不列入討論。

「我們一定選擇喜餅一條街。」(受訪者 E，2019 年)新聞傳媒與業者多半認同，郭元益、伊莎貝爾、禮坊為前三大西式喜餅業者。在喜餅為主要營業項目下，屬於一生一次之選購性消費物，又在質量、價格和風格上具有差異，區位選擇也採取與喜餅同業相臨，便於消費者比較選購。

3. 婚紗攝影的商店特性

婚紗攝影的主體為「攝影」，兼「禮服出租」和「化妝造型」的包套式服務。19 世紀初，攝影技術在歐洲出現。1950 年代，當時為結婚當天到美容師店裡化妝造型，到照相館拍照與參加喜宴。1977 年，芝麻攝影提出在風景區拍照的構想，婚紗照從當天轉變成為婚前拍照。1983 年設立的「芝麻婚姻廣場」，首度創造婚紗攝影三合一包套服務。⁷¹1990 年代，婚紗攝影已成為幾乎所有新人必備的消費品，台灣婚紗攝影業者，成功創造出這項新式的婚禮習俗。

「我當初自己第一家店開在中壢，那時候那邊(中壢)已經有三四家同業。」(受訪者 D，2019 年)婚紗攝影業者都贊同行業具有選購性強的特性，傾向與同業相鄰，商業聚集的規模越大，越能增加對於顧客的吸引力。

金家禾、徐欣玉(2006)的研究中指出婚紗產業的三種空間選擇因素：交通便利或緊鄰景點的大都會、相關產業群聚地區和大面積建築物。⁷²其中，因婚紗攝影需往返多趟，交通便利的都會區成為基本區位需求。因單價高、選購性強的特質，在網路資訊不夠發達的時代，消費者資訊不夠充足下，需要親臨選購。故婚紗攝影選擇在大都會區，藉由同業聚集以吸引顧客前來選購。

三、小結

在「嫁妝寢具」、「喜餅」和「婚紗攝影」三種婚俗物的探究中，說明了這三

⁷⁰ 葛文誠(2003)。喜餅業品牌策略之探討-以郭元益公司為例。東吳企管所碩士論文。頁 31-35。

⁷¹ 張媛玲(1997)。台北婚紗攝影的社會學研究。臺灣大學社會研究所碩士論文。

⁷² 金家禾、徐欣玉(2006)。影響創意服務業空間群聚因素之研究—以台北中山北路婚紗攝影業為例。國立臺灣大學建築與城鄉研究學報，第 13 期，頁 1~16。

種消費物，都屬於實體經營和選購性強的高級商品。其中，「喜餅」和「婚紗攝影」由於物品本身的單價、適用性、質量和風格上具有差異，消費者以親身前往選購比較為主要消費模式。

「以前的人比較節儉，結婚才會買寢具，現在年輕人平常就會買」(受訪者 K，2019 年)而「嫁妝寢具」，隨著當代消費習慣改變，不再是婚前才購買，成為平時就會採購的物品。嫁妝與寢具兼營的經營型態，寢具當代已沖淡婚禮產業的特性。又「喜餅」和「婚紗攝影」的區位特徵，具有同業聚集的專業街現象，不似嫁妝行分布零散，未見大規模集中。本研究選擇婚禮產業中高級中地物為研究對象，故「嫁妝寢具」不納入其中。

其中，板橋為全台中少見的喜餅街與婚紗街鄰近又不混雜存在的地區。板橋的喜餅街規模達 11 家，位在清代發展的舊市街區域——南門街；婚紗攝影有 8 家，位在戰後逐漸發展的新核心區域——後站地區。這樣的新舊婚俗的聚集地區，正巧與都市新舊核心相呼應。

本研究提出幾個問題：板橋的婚禮產業專業街現象，是否又與都市層級發展有關？在區域的發展歷程中，新舊核心的變化，是否影響了婚禮產業的擇址，形成新舊婚俗與新舊核心恰好相符，分區並立之現象？本研究將於第三章與第四章漸次說明之。

第三章 板橋婚禮產業與都市發展的關係

由於婚禮產業的消費物，具有選購性強弱差異，形成販售商店與都市階層的關聯。以下就板橋的都市發展歷程，說明在台北都會區的都市階層位階發展。並兼敘述板橋的主要核心區域的街區變化，作為婚禮產業發展的基礎。

第一節 自然環境

板橋區土地面積為 23.1607 平方公里，位於台北盆地西部，左倚大漢溪，與新北市新莊區、樹林區隔岸相望；右擁新店溪，與台北市萬華區、新北市中和區相鄰。板橋區人口達 55 萬 5688 人⁷³，為新北市人口總數最多的一區，同時也是新北市政府行政中心所在。

地屬平原地形，無山嶽丘陵，東南方較高，海拔約十公尺左右，漸次往西北方降低，約海拔六公尺上下。地質時期全屬於第四紀完新世完新統之沖積層，板橋街內、新埔、埔墘、深丘、後埔一帶地勢較高，形成時期較早為老沖積層，推測為台北湖之沉積。其他如番仔園、沙崙、溪州、社後、江子翠、港子嘴等低地，低於前述的老沖積層三公尺上下不等，應為大漢溪與新店溪沖積而成，稱做新沖積層。根據鑽井紀錄得知，板橋區沖積層厚度為 150 公尺，其上層約為二至六公尺的黏土砂礫，而下層則以礫石層為主。⁷⁴

板橋區氣候概況，以中央氣象局的台北測量站做為主要參照⁷⁵，屬於北部氣候區，氣候溫和雨量充沛。年均溫 23℃，最高溫為七月，平均溫度為攝氏 29.6℃，最低溫則出現於一月，平均溫度為攝氏 16.1℃，為副熱帶氣候。(表 3-1-1)⁷⁶全

⁷³ 新北市政府民政局網站：https://www.ca.ntpc.gov.tw/Population/List?wnd_id=68。(檢索日期：2019/7 月)2019 年 6 月人口資料。

⁷⁴ 台北縣板橋市公所編(2009)。《板橋市志三編》。台北：板橋市公所。頁 44。

⁷⁵ 中央氣象局網站：http://www.cwb.gov.tw/V7/climate/monthlyMean/Taiwan_tx.htm。(檢索日期：2018/10 月)

⁷⁶ 台北縣板橋市公所編(2009)。《板橋市志三編》。台北：板橋市公所。頁 47。

年降雨量達 2405.1 毫米，屬多雨區，八九月為颱風季節降水量較高。受冬季東北季風與夏季西南季風的吹拂，一年降雨日數為 165.5 天，呈現副熱帶季風氣候特性。

表 3-1-1 台北測量站各月平均溫度與降雨量表

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
月均溫 (°C)	16.1	16.5	18.5	21.9	25.2	27.7	29.6	29.2	27.4	24.5	21.5	17.9
月雨量 (mm)	83.2	170.3	180.4	177.8	234.5	325.9	245.1	322.1	360.5	148.9	83.1	73.3

資料來源：台北測量站（1981-2010），中央氣象局。



第二節 板橋地區戰前的發展

壹、平埔族時期

於清領漢人拓墾以前的荷西明鄭時期，此時枋橋是凱達格蘭平埔族武勝灣社、擺接社與里末社三社農墾漁獵之所在。其中，擺接社與里末社為中型的番社，武勝灣社則是主要大社（表 3-2-1）。

表 3-2-1 西元 1647~1655 年武勝灣社、擺接社、與里末社三社人口資料表

年代(年)	1647		1648		1650		1654		1655	
社名	人口	戶數	人口	戶數	人口	戶數	人口	戶數	人口	戶數
武勝灣社	231	59	230	60	263	69	245	57	235	55
擺接社	140	35	133	35	211	56	92	25	104	31
里末社	187	49	181	49	148	43	89	26	91	19

資料來源：翁佳音，1998，《大臺北古地圖考釋》⁷⁷

根據翁佳音(1998)研究荷蘭人於西元 1654 年所繪〈大臺北古地圖〉，可知 1650 年代的武勝灣社(Pinnonouan)居地，分布在大嵙崁溪(今大漢溪)與新店溪交會處，位在今日的板橋港仔嘴一帶。⁷⁸武勝灣社的勢力就橫跨大嵙崁溪東、西兩岸，是該流域最大的部落，並在新莊一帶擁有龐大領地，成為漢人交涉的對象。⁷⁹武勝灣社以散耕的旱作為主⁸⁰，戰後港仔嘴地區仍可找到「新社」(今港仔嘴里、振興里)、「舊社」(今光復里)之地名，為武勝灣社居住之遺跡。⁸¹

溫振華、戴寶村(1999)研究以 1654 年〈大臺北古地圖〉與 1904 年〈臺灣堡圖〉比對後，認為擺接社(Paijtsie)的社址可能位於今板橋市南雅西路一帶的大漢溪支流，在今社後里。擺接社從 1654 年到日人統治初期，其社址都在板橋區社

⁷⁷ 翁佳音(1998)。《大臺北古地圖考釋》。台北：台北新文化。頁 72、86、88。

⁷⁸ 翁佳音(1998)。《大臺北古地圖考釋》。台北：台北新文化。頁 71。

⁷⁹ 溫振華、戴寶村(1999)。《淡水河流域變遷史》。台北：新北市政府文化局。頁 46。

⁸⁰ 翁佳音(1998)。《大臺北古地圖考釋》。台北：台北新文化。頁 72。

⁸¹ 盛清沂、吳基瑞(1988)。《板橋市志》。台北：板橋市公所。頁 42。

後里一帶，其領地則以板橋一帶為主。⁸²安倍明義在《臺灣地名研究》中，也提到擺接社在板橋的社後一地。⁸³

里末社(Rijbbats)的資料則較少，翁佳音(1988)指出，里末社的範圍在今板橋區內，港仔嘴稍南的社後附近。⁸⁴

綜合上述研究，此時期板橋地區為平埔族分布地，未見系統式大規模開墾，屬原始的漁獵耕作方式，仰賴河水水源，故僅在大漢溪沿岸的「港仔嘴」一帶、大漢溪支流的「社後」一帶和新店溪沿岸的「埔墘」等地區，可見平埔族開墾痕跡。此時期的開發紀錄，擺接社的開墾範圍接近板橋前站地區，後站地區則無開墾紀錄，水源位置為關鍵。

貳、清領前期：林成祖拓墾

荷據時期，台灣北部為西班牙人所佔據。西班牙人以淡水為根基，受限於原住民勢力，無法將勢力拓展至台北平原。明鄭時期，將士曾抵達台北盆地，但未能發展成開墾勢力。⁸⁵

康熙二十三年(1684)，清設諸羅縣，枋橋屬之。康熙三十六年(1697)，郁永河〈裨海紀遊〉北上至北投採硫磺，曾於武勝灣、擺接兩社停留。⁸⁶康熙五十六年(1717)陳夢林的《諸羅縣志》易字擺接社，記載：「擺接附近，內山野番所出沒」，可見當時枋橋屬於平埔族的領域，未見漢人村莊之記載(圖 3-2-1)。因在番害威脅下，分別在新店溪與大嵙崁溪的對岸的大加蚋(今萬華、大同區)與興直(今新莊)，開發較早於枋橋地區。⁸⁷

⁸² 溫振華、戴寶村(1999)。《淡水河流域變遷史》。台北：新北市政府文化局。頁 48。

⁸³ 安倍明義(1938)。《臺灣地名研究》。台北：成文。頁 134。

⁸⁴ 翁佳音(1998)。《大臺北古地圖考釋》。台北：台北新文化。頁 86。

⁸⁵ 淀川喜代治(1933)。《板橋街誌》。台北：台北州海山郡板橋街役場。頁 13-15。

⁸⁶ 板橋市志編輯委員會編輯(1997)。《板橋市志續編》。台北：臺北縣板橋市公所。頁 18。

⁸⁷ 盛清沂、吳基瑞(1988)。《板橋市志》。台北：板橋市公所。頁 4。



圖 3-2-1 康熙五十六年諸羅縣志擺接社附近形勢圖

資料來源：板橋市志⁸⁸

康熙六十年(1721 年)，漳州人賴天經渡臺開闢板橋新埔一帶。當時此地附近尚稱荒涼，大漢溪東測為平埔族居住地，墾民與當地平埔族雜居。賴氏開闢的土地在今日新埔一帶(今新埔國小附近)，因為缺乏水源，屬小規模零星開墾。⁸⁹

雍正元年(1723 年)，台灣北部(諸羅縣)設淡水廳，板橋行政區隸屬淡水廳擺接堡。而乾隆五年(1740 年)劉良璧〈重修福建臺灣府志〉中，除擺接社外，還有「擺接庄」的紀錄，證明乾隆初年漢人早已入墾枋橋並建立聚落從事開墾。⁹⁰

⁸⁸ 盛清沂、吳基瑞(1988)。板橋市志。台北：板橋市公所。頁 4。

⁸⁹ 盛清沂、吳基瑞(1988)。板橋市志。台北：板橋市公所。頁 49-51、69-72。

⁹⁰ 板橋市志編輯委員會編輯(1997)。板橋市志續編。台北：臺北縣板橋市公所。頁 18。

乾隆年間板橋雖與新莊同位在大嵙崁溪(大漢溪)兩岸，但板橋發展略遲於新莊。主因為交通因素：第一，雍正十一年(1732 年)開通的龜崙嶺山道，正好通過對岸的新莊，提升了新莊的交通地位。第二，新莊水運條件佳，新莊位在利於大船停泊的凹岸地形，板橋則是凸岸地形，因河岸堆積顯著不利貿易。⁹¹當時新莊成為水陸運交通樞紐，中國大帆船多停泊於此。加上地形平坦適合開墾，吸引許多漢人進入，原在八里坌之巡檢署亦遷移至此，⁹²新莊街逐漸成為淡北的政治、行政中心。

相較於新莊的快速發展，枋橋在乾隆中葉仍為平埔族所在之處，尚未有街衢的建設，可見漢人的茅屋與水田散佈在草原間。板橋商店所販售物品、物資大多來自新莊，在此脈絡下，開拓了板橋西方通往新莊的道路。⁹³枋橋西南方的崁仔腳，最早有兩三間茅草小店與新莊(興直堡)之間往來，接著在中直街往福德街之轉角處建有茅草小屋三間，經營打鐵生意。而在中直街中間，蓋有兩三間住家。接著又建設了土角瓦造平房住宅。⁹⁴而枋橋與新莊僅一水之隔，亦吸引漳人移民進入，加快墾拓速度(表 3-2-2)。

表 3-2-2 清代初期板橋地區開發表

時間	祖籍	開發者	地點
康熙六十年(1721 年)	漳州	賴天經	新埔
乾隆二年(1737 年)	漳州	楊發	新埔
乾隆十五年(1750 年)	漳州	林成祖	深坵庄(深丘、福丘、香丘、埔墘里一帶)
乾隆十五年(1750 年)	漳州	廖富椿	板橋街
乾隆十五年(1750 年)	泉州	吳紹恭	番仔園(浮洲)
乾隆四十三年(1778 年)	漳州	江璞亭	湳子

⁹¹ 盛清沂、吳基瑞(1988)。《板橋市志》。台北：板橋市公所。頁 62-64。

⁹² 古舜仁、陳存良譯(1998)。《台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌》。台北：新北市政府文化局。頁 26。

⁹³ 古舜仁、陳存良譯(1998)。《台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌》。台北：新北市政府文化局。頁 27。

⁹⁴ 古舜仁、陳存良譯(1998)。《台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌》。台北：新北市政府文化局。頁 26。

資料來源：《板橋市志續編》⁹⁵

余文儀〈續修台灣府志〉記載，從乾隆五年(1740 年)至乾隆二十九年(1764 年)間，擺接由一庄增為十三庄，為在板橋區內有三庄：擺接庄、新埔庄、廣福庄。⁹⁶土地墾殖範圍迅速擴大，很明顯地與林成祖開鑿「大安圳」有密切關係。

至清雍正年間，墾首林成祖、廖富椿承租擺接堡之地，林成祖開鑿「大安圳」後，枋橋一地的開墾事業才逐漸全面展開。「大安圳」是枋橋早期空間拓殖中最重要水利設施，寬兩丈四尺，長達十餘里之旱溪底下埋設土管相接，遇洪水則被破壞殆盡，經營數年耗費十多萬圓才獲成功。⁹⁷路線為引大嵙崁溪(大漢溪)支流河水，經土城庄(頂埔、員林、柑林埤、清水坑)至四汴頭一分為四線，兩線分流灌溉中和地區(員山子、外員山、四十張、中坑、漳和)，另兩線與來自土城庄埤塘別線(婦人圳)一同灌溉板橋的田地(從四汴頭到港仔嘴)，灌溉面積達一千八百六十八甲。⁹⁸大安圳使下游地區的板橋水田遍佈，成為稻米的主要產地。在板橋地區沿著大安圳，逐漸形成許多新聚落，例如：四汴頭、深丘、埔墘、下深丘、港仔嘴、江子翠等，板橋因此進入了農業社會型態。擺接地區之闢墾，在乾隆十七年以後，幾乎已全歸於林成祖的勢力範圍下。⁹⁹

農業社會中，水源決定農作糧食的豐缺，水圳的修築是土地開發的重要關鍵。以板橋的聚落型態而言，在清領初期屬於小型，散村型態，在大安圳修築後，墾戶、佃戶大半沿著大安圳聚居，每庄多則十多家，少則一、二家，呈散村結構分佈。¹⁰⁰意即大安圳未築之前，板橋的聚落空間是零星小型分散的，大安圳修築之後，聚落空間便沿著大安圳圳道分佈，成一帶狀型態。水利設施不僅影響板橋土

⁹⁵ 板橋市志編輯委員會編輯(1997)。《板橋市志續編》。台北：臺北縣板橋市公所。頁 17-21。

⁹⁶ 盛清沂、吳基瑞(1988)。《板橋市志》。台北：板橋市公所。頁 3。

⁹⁷ 古舜仁、陳存良譯(1998)。《台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌》。台北：新北市政府文化局。頁 19。

⁹⁸ 古舜仁、陳存良譯(1998)。《台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌》。台北：新北市政府文化局。頁 85-87。

⁹⁹ 台北縣板橋市公所編(2009)。《板橋市志三編》。台北：板橋市公所。頁 167。

¹⁰⁰ 高傳棋(1999)。《圖說枋橋城—尋找板橋的土地記憶》。台北：台北縣政府文化局。頁 51。

地開墾，也進而影響聚落分佈的型態。¹⁰¹

但早期水圳受限於技術條件，所費不貲，道光二十七年(1847年)，林家後代為了維護大安圳耗費甚鉅，第四代林步蟾只好將大安圳的經營權交給漳人仕紳林本源家族。

參、清領後期

乾隆四十二年(1777年)，林本源家族祖先林應寅自中國漳州來台遷居。乾隆四十七年(1782年)，林應寅之子林平侯來台尋父並樹立開業成功，短短一二十年變成巨富。嘉慶十一年(1806年)，林平侯返回中國任官職，卸任回台後，以大租戶方式開墾台灣北部地區，大片的土地與原本經營的產業，成為了台灣首富。¹⁰²

道光二十四年(1844年)，林平侯去世，家業由五個兒子繼承，開始使用家號「林本源」，林本源家族於枋橋崁仔腳附近，建收租公館「弼益館」，為林家經營枋橋之始，街市更形發展。道光二十六年(1846年)，枋橋開始有街市的發展，店鋪多集中於今日慈惠宮的左邊街道。從新莊、艋舺循水運而來的貨品在此形成交易市場，此地也成為擺街堡數十庄的商業中心。¹⁰³

咸豐三年(1853年)，林本源家族從大溪遷居枋橋，在枋橋西北方廣建宅邸，落成「三落大厝」，漳州人移居日眾。林本源家族逐漸取代了林成祖家族之地位，並帶動枋橋街市空前的繁華榮景。林家定居枋橋之後，臺北各地零星械鬥仍時有所聞，因漳州人少，每戰多敗。新莊街當時也發生泉漳械鬥，後泉州人度過淡水河移往大稻埕，漳州人則度過大嵵崁溪移居枋橋。咸豐五年(1855年)，因械鬥頻繁，為了攻守之便，由林家出錢出力和枋橋人士一起興建「枋橋城」。咸豐六年與九年新莊街又發生兩次分類械鬥，枋橋城有高築的城牆與鄉勇防備，在身家財

¹⁰¹ 楊湛萍(1999)。從景觀分析與社會結構變遷探討板橋的空間性轉變。台灣師大地理系碩士論文。頁 24。

¹⁰² 台北縣板橋市公所編(2009)。板橋市志三編。台北：板橋市公所。頁 128。

¹⁰³ 古舜仁、陳存良譯(1998)。台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌。台北：新北市政府文化局。頁 26。

產獲得保障下，漳人來奔者甚多。¹⁰⁴

枋橋城也是在光緒六年(1880 年)台北府城建立前，台北盆地上唯一有城牆的都市。枋橋城城牆高一丈五尺，寬兩尺多，共有五個門：東、南、西、北及小東門。自東門開始順時針對照今日街道，範圍為南門街、館前西路、西門街、北門街、文化路一段。(圖 3-2-2)¹⁰⁵



圖 3-2-2 枋橋城舊城界址圖(比例尺 1：14285)

資料來源：板橋市志三編

清領時期板橋的宗教信仰日漸完備，同治七年(1868 年)林國芳自中和迎接觀音佛祖神像至枋橋城西門旁的接雲寺；光緒十三年(1887 年)接雲寺落成(照片 3-2-1)。同治十三年(1874 年)林國芳之子林維源，在枋橋城東門旁建廟，將媽祖

¹⁰⁴ 板橋市志編輯委員會編輯(1997)。板橋市志續編。台北：臺北縣板橋市公所。頁 18-21。

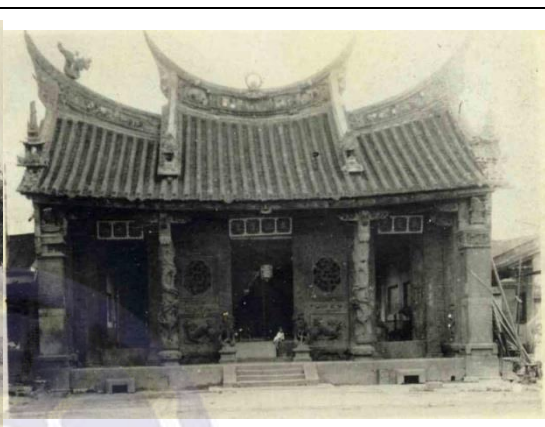
¹⁰⁵ 板橋市志編輯委員會編輯(1997)。板橋市志續編。台北：臺北縣板橋市公所。頁 18-21、436-440。

香火移祀位慈惠宮(照片 3-2-2)。在光緒十八年(1892 年)，慈惠宮已成為擺街地區的信仰中心。其他還有主祀漳泉械鬥亡者的大眾廟(建於 1860 年)；大觀書社(建於 1863 年)，主祀文昌帝君；迪毅堂(建於 1873 年)主祀徐財及十二勇士(林家忠勇武師)等。除迪毅堂位在枋橋城南門外，其他皆位在城牆之內。¹⁰⁶這些地景反映了原鄉地緣、漳泉械鬥到和解的族群關係，而地方仕紳林家扮演了關鍵的推動角色。同時這些信仰與文化的地景，鞏固強化了枋橋城內做為區域的核心地位。



照片 3-2-1 板橋接雲寺

資料來源：板橋街誌(1933 年)



照片 3-2-2 板橋慈惠宮

資料來源：板橋街誌(1933 年)

黃武達透過分析 1895 年繪測之古地圖，指出清代台北平原傳統市街道類型，包含三種：河港型市街(新莊街、新店街、錫口街、公館街、艋舺和大稻埕)、農村聚落型市街(大隆同、和尚洲、景美街和枋寮街)和計畫型市街(臺北城、八芝蘭新街和枋橋街)。計畫型市街具有三點特徵：1.市街公共區域和街道，依人為需要而規劃：包含寺廟、市集、住宅區域、街路，不同於農業拓墾聚落自然形成單一街道。2. 因防禦需求，市街避免直線型發展：因此街道無明顯軸向。3.街路之方向取決於城門位置，與鄰近聚落交通的相對關係。¹⁰⁷故枋橋街的街道型態屬於「計畫型市街」，起因為移民分類械鬥頻仍。枋橋城街區由林家建設規劃，包含

¹⁰⁶ 板橋市志編輯委員會編輯(1997)。《板橋市志續編》。台北：臺北縣板橋市公所。頁 18-21、392-393、436-440。

¹⁰⁷ 黃武達(1996)。《日治時代 1895~1945 臺灣近代都市計畫之研究論文集》。台北：臺灣都市史研究室。

了廟宇、市集和住宅地區。為防禦需求，街道非直線型發展，並與城門出口連結。是在清代移民社會紛亂的背景下，防止械鬥形塑的地景樣貌。

同治十年(1871 年)，板橋區內有五庄，為港仔嘴庄、新埔墘庄、後埔庄、社后庄和柏子林溪洲庄，由三庄增為五庄。¹⁰⁸

《板橋街誌》記載，此時板橋以中直街(圖 3-2-3，今為府中街)最為繁榮，兩側店鋪林立，商賈雲集，車水馬龍，交通暢達。《板橋市志續編》指出在咸豐四年(1854 年)，中直街已成市集中心。中直街之名，乃因咸豐九年(1859 年)枋橋城興建後，該街正好位在城內最中間的一條路。當時主要之商店有布帛兼雜貨商號如源森、隆源、合成、培元等，藥種商則有源春(林本源經營之藥鋪)、廣生等。這些店鋪多位於中直街西側，而東半部只有寥寥可數的住宅而已。¹⁰⁹

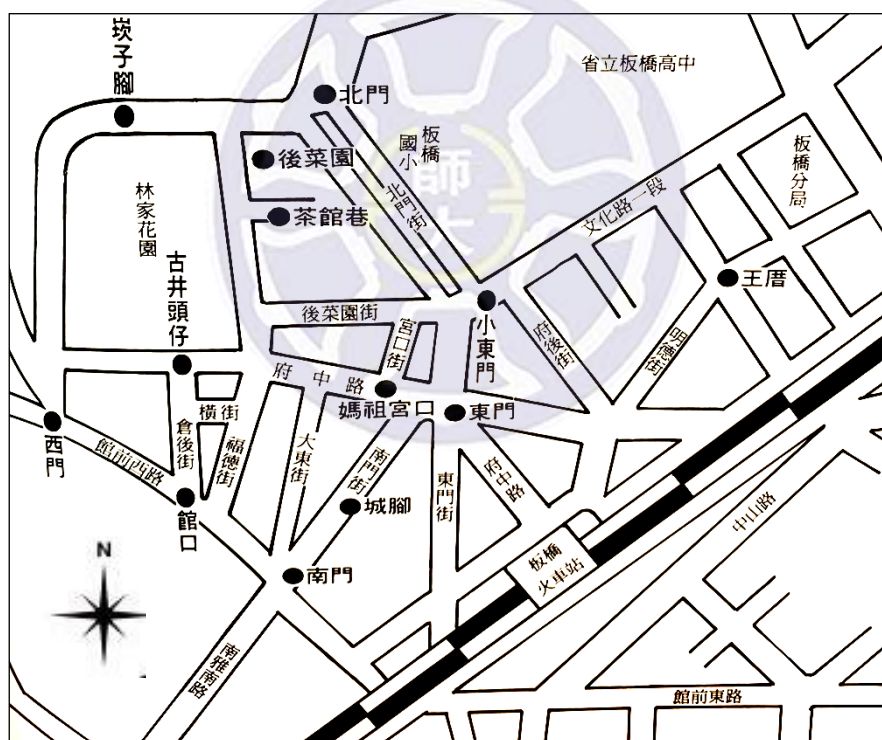


圖 3-2-3 枋橋城街道地名圖(比例尺 1 : 14285)

資料來源：板橋市志續編(1997)

¹⁰⁸ 盛清沂、吳基瑞(1988)。板橋市志。台北：板橋市公所。頁 3。

¹⁰⁹ 古舜仁、陳存良譯(1998)。台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌。台北：新北市政府文化局。頁 27。

清代時期枋橋對外最主要的交通方式為水運，有三處津渡楫：大嵙崁溪支流湳仔溝的「湳仔港」、大嵙崁溪中流之下的「溪州河港」和新店溪下游的「江仔翠」。¹¹⁰板橋主要仰賴大嵙崁溪的支流湳仔溝河港湳仔津渡，可通大嵙崁溪，上溯大嵙崁；下與新店西會合，可通新店、景美、木柵、深坑。¹¹¹板橋仰賴鄰近河流位置，透過大漢溪與新店溪水運交通系統，連結了鄰近區域。

離枋橋城最近的「楠仔港」，位在枋橋城外，板橋中直街一帶活絡商業活動，正是與湳仔溝的水運系統有關。此時新莊因洪水淤沙嚴重，河道日淺，大帆船不便停靠。此時艋舺、大稻埕的開發已有進展，艋舺剛好位在新店溪一帶開發地與新莊街之中點，舟船出路入逐漸移往艋舺。湳仔溝河運便捷，乘船可至以艋舺與大稻埕。光緒年間，林維源又開板橋、艋舺間道路，從枋橋城的東門通新埔坡仔至江子翠下崁渡船場間，鋪設寬約六尺的道路，撲滿鵝卵石，相當便捷。板橋、艋舺兩地交通日盛，商業更盛。¹¹²

這些商業活動物資多由外地輸入，首先由大陸輸入各種日常生活用品和雜貨，再經由淡水河運送到艋舺、大稻埕，然後利用大漢溪、湳仔溝運送到板橋，再行銷到板橋附近的村莊。板橋在當時逐漸成為擺接堡數十莊購物批貨的地方商業中心，當時就連文山堡之安坑、四城、五城(均在今新店)的居民也都來到枋橋買日用品。¹¹³清末整座枋橋城已發展出大東街、大街、福德街、後菜園、媽祖宮口、西南城邊、直街仔、東南城邊、橫街仔、谷倉邊等十條市街。枋橋各街道共計有516戶，有2770人，與當時士林(3029人)同為台北盆地的大型的漳州移民街肆(表3-2-3)。

¹¹⁰ 高傳棋(1999)。《圖說枋橋城—尋找板橋的土地記憶》。台北：台北縣政府文化局。頁47。

¹¹¹ 溫振華、戴寶村(1999)。《淡水河流域變遷史》。台北：新北市政府文化局。頁128。

¹¹² 古舜仁、陳存良譯(1998)。《台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌》。台北：新北市政府文化局。頁27。

¹¹³ 古舜仁、陳存良譯(1998)。《台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌》。台北：新北市政府文化局。頁27。

表 3-2-3 清末(1895 年)枋橋城內各街道規模與對照表

舊街道	戶數	人數	順位	今街名
大東街	86	535	1	大東街
大街	68	486	2	府中路
福德街	97	468	3	福德街
後菜園	78	356	4	後菜園街
媽祖宮口	67	256	5	宮口街
西南城邊	27	214	6	西門街
直街仔	28	134	7	府中路
東南城邊	18	123	8	東門街
橫街仔	32	113	9	福德二巷
谷倉邊	15	76	10	倉後街
共計	516	2770		

資料來源：板橋市誌續編¹¹⁴

光緒年間，淡新鳳三縣簡明總括圖冊中，指出擺接堡已有三十五庄(圖3-2-4)，板橋區範圍內有十五個庄，包含了：板橋街、崁頭厝庄、新埔庄、深坵庄、下深坵庄、港仔嘴庄、江子翠庄、溪州庄、沙崙庄、番仔園庄、湳仔庄、社后庄、四汴頭庄和后浦庄。圖 3-2-4 中，依據當時的行政區劃：南門街位在枋橋街，後站則屬於深坵庄與後埔庄。

¹¹⁴ 板橋市志編輯委員會編輯(1997)。板橋市志續編。台北：臺北縣板橋市公所。頁 437-440。

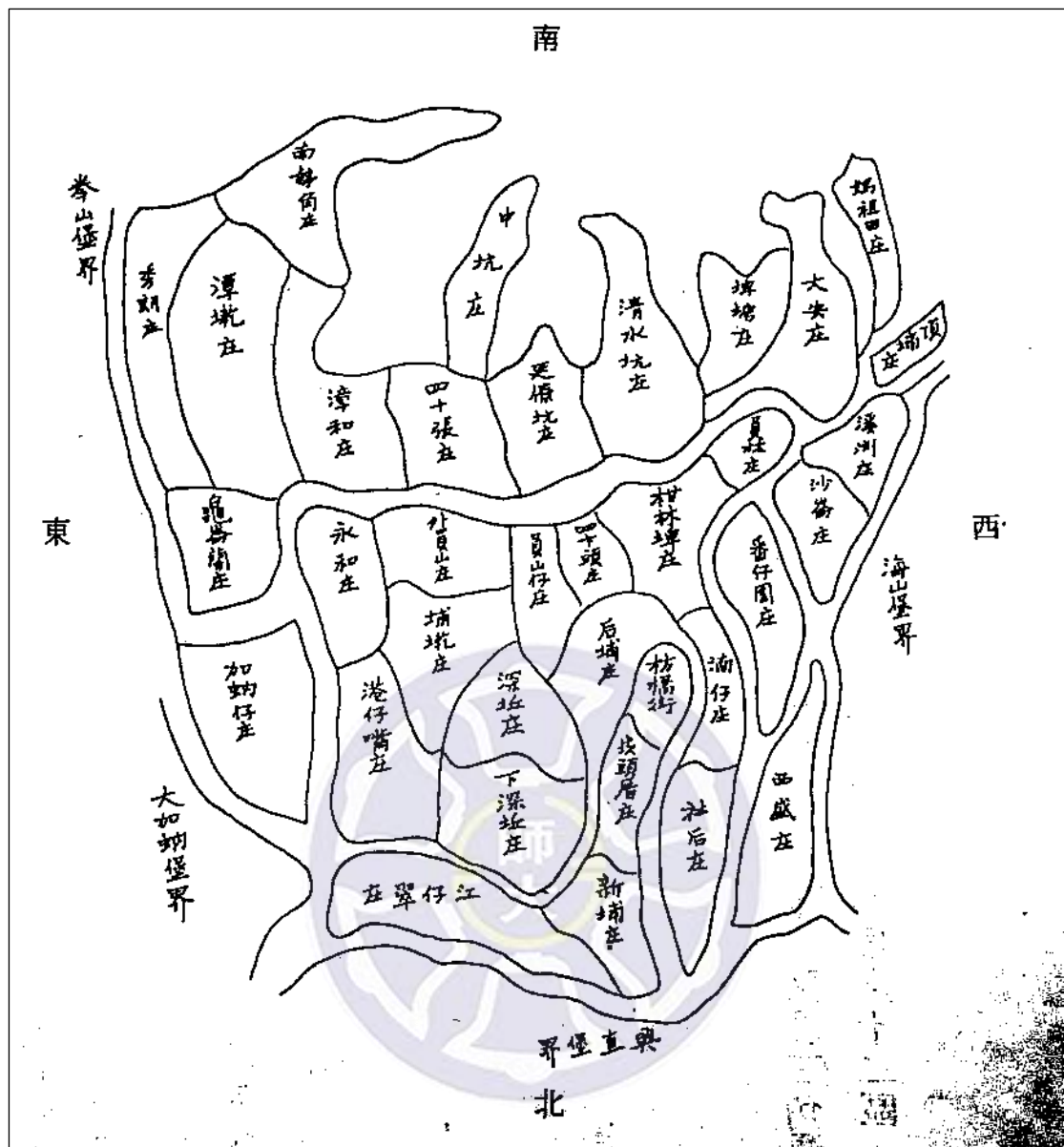


圖 3-2-4 光緒淡水縣時期擺接堡街庄圖

參考資料：淡新鳳三縣簡明總括圖冊¹¹⁵

清領時期的板橋依水而生，仰賴水圳引水發展農業，以及河流疏運交通。除了大漢溪及新店溪流經板橋市區邊緣外，還有公館溝、湳仔溝及港仔溝、大安圳等水源水路。在地方仕紳林本源家族的帶領下，板橋成為台北盆地南部、擺接堡商業中心。今日的前站地區因湳仔溝河港、枋橋城、慈惠宮與接雲寺的帶動，成

¹¹⁵ 臺灣銀行經濟研究室(1964)。淡新鳳三縣簡明總括圖冊。臺北：臺灣銀行經濟研究室，台灣文獻叢刊第一百九十七種。頁 6。

為當時最為繁榮的商業地帶，服務範圍甚至遠至新店地區，堪稱是最為鼎盛繁榮的時期。據〈板橋街誌〉¹¹⁶記載清領時期的後站地區，自東門至後埔、深丘一帶有一望無際的田圃，狹窄的通路以竹籬笆圍著的農家散佈其間。在圖 3-2-5 的日人繪製的〈台灣地形圖〉(1895 年)中，記錄著尚未受太多日人改造的清末枋橋景觀，前站地區的枋橋城內聚落密集，後站當時則是一如郊外的田園景緻，象徵著後站是離政治、交通、信仰、商業中心較遠的外圍邊陲地帶。



¹¹⁶ 古舜仁、陳存良譯(1998)。《台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌》。台北：新北市政府文化局。頁 27。

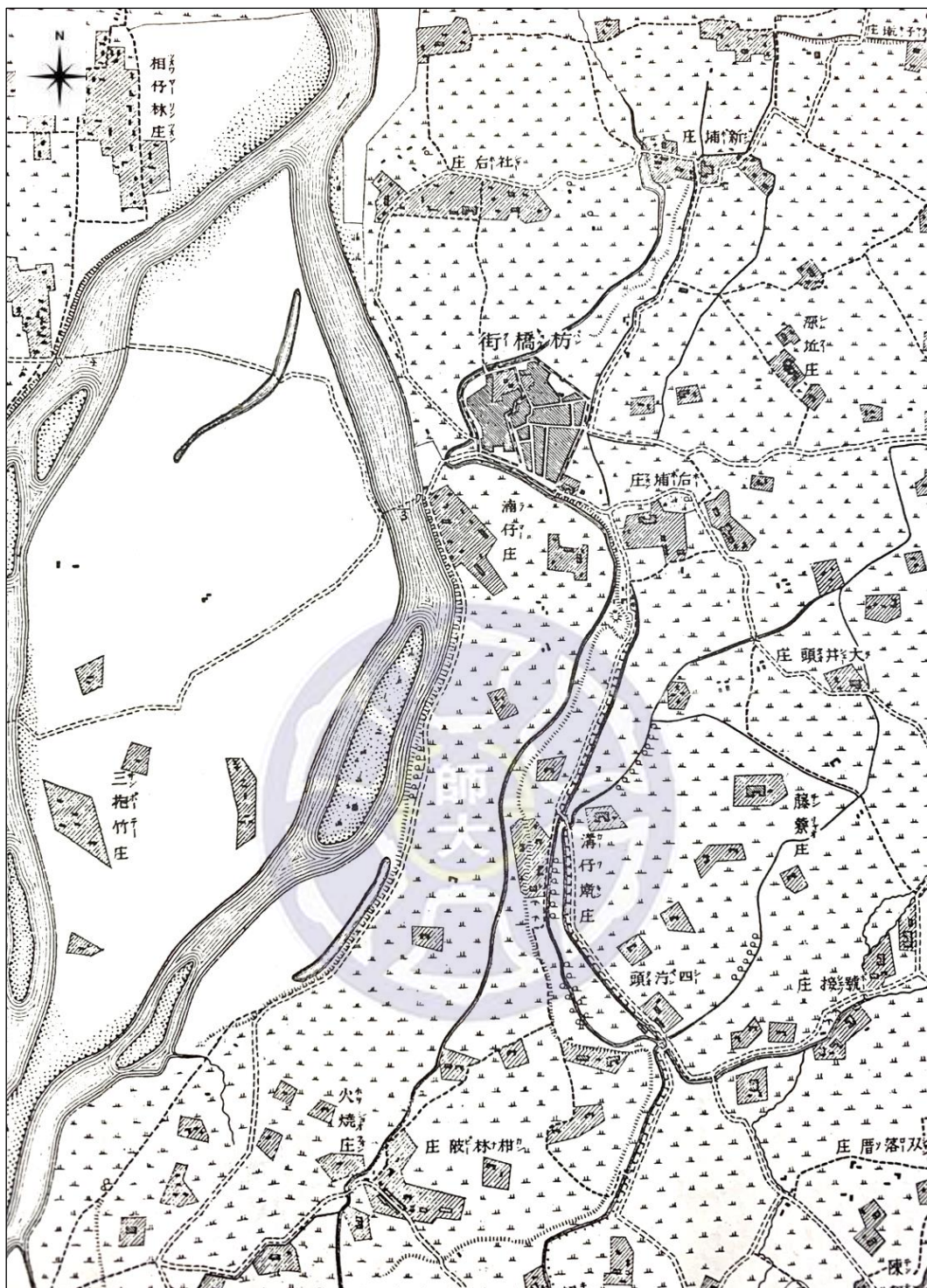


圖 3-2-5 台灣堡圖枋橋城地區(1985 年) (比例尺 1 : 54347)

參考資料：日本國立國會圖書館古地圖¹¹⁷

¹¹⁷ 黃武達(1996)。日治時代 1895~1945 臺灣近代都市計畫之研究論文集。台北：臺灣都市史研究室。

肆、日治時期

明治二十八年(1895 年)，日人設置台北縣，屬縣直轄。明治三十年(1897 年)六月，縣下設置辦務署，枋橋屬臺北縣新庄辦務署管轄。明治三十一年(1898 年)六月，枋橋改隸三角湧辦務署，隔年改隸臺北辦務署。明治三十四年(1901 年)十一月，廢縣改置廳，隸臺北廳枋橋支廳。大正九年(1920 年)十月，由「枋橋」易名「板橋」；同時地方制度改革，始設板橋庄；另廢廳為州，為臺北州海山郡板橋庄。昭和四年(1929 年)板橋庄升格為板橋街¹¹⁸，為當時海山郡各庄中位階最高。

日治時期板橋內部的行政劃分，併為五個、三個再增為十四個。明治三十年(1897 年)，板橋有枋橋區、社后區、江仔翠區、深坵區、番仔園區共五區。明治三十一年(1898 年)，併為枋橋區、江子翠區、頂埔區(部分位於今土城區)。¹¹⁹明治四十二年(1909 年)板橋街所轄有枋橋街、江子翠庄、港仔嘴庄、新埔庄、社後庄、埔墘庄、下深坵庄、深坵庄、後埔庄、四汴頭、湳仔庄、番仔園庄、沙崙庄和溪洲庄，共十四個庄(圖 3-2-6)，而行政中心—區長役場(海山郡役場)即位在人口密度最高的枋橋街。¹²⁰根據溫振華(1999 年)研究 1928 年的台灣總督府官房課資料，整理為表 3-2-4。可見得擺街平原的板橋庄、土城庄與中和庄漢人祖籍仍以漳籍為主，維持清代以來的族群風貌。而枋橋為海山郡行政中心所在，同時也是海山郡中最早升格為街的區域。

¹¹⁸ 板橋市志編輯委員會(1997)。《板橋市志續編》。台北：板橋市公所。頁 21-22。

¹¹⁹ 盛清沂、吳基瑞(1988)。《板橋市志》。台北：板橋市公所。頁 6-8。

¹²⁰ 古舜仁、陳存良譯(1998)。《台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌》。台北：新北市政府文化局。淀川喜代治(1933)。《板橋街誌》。台北：台北州海山郡板橋街役場。頁 2-3。

表 3-2-4 擺接平原一帶漢人祖籍別(1926 年)

庄名	居民祖籍別、人數、百分比							合計
	第一位	第二位	第三位	第四位	第五位	第六位	第七位	
板橋庄 (板橋區)	漳州	安溪	福州	三邑	同安	汀洲	其他	
	10100	2800	1300	1200	800	500	100	16800
	60.1%	16.7%	7.7%	7.1%	4.8%	3.0%	0.6%	100%
土城庄 (土城區)	漳州	安溪	汀洲	龍巖	同安	三邑		
	7100	2600	500	500	300	300		11300
	62.8%	23.0%	4.4%	4.4%	2.7%	2.7%		100%
中和庄 (中永和區)	漳州	同安	汀洲	安溪				
	8800	3400	1200	100				13500
	65.2%	25.2%	8.9%	0.7%				100%

資料來源：溫振華、戴寶春(1999)¹²¹



圖 3-2-6 板橋十四街庄人口密度順位圖(1935 年)

資料來源：板橋街役場，《板橋街勢一覽》，臺北：海山郡役所，昭和十二年。

¹²¹ 溫振華、戴寶春(1999)。淡水河流域變遷史。台北：新北市政府文化局。頁 82。

此時，因湳仔溝水運繁榮的板橋西邊，因光緒年間河道變動，該區已開始沒落。同時林本源家族收購這區的店鋪住家以興建五落大厝，板橋的商業區便往東側移動。¹²²溫振華(1999 年)認為日治時期是水運與陸運轉換的關鍵時刻。在清代邊陲位置的台灣，又械鬥內亂不斷，無力進行交通等公共建設。興建公路費工耗時，整理維修不易，人力獸力載重有限下，北部地區以河水運交通為主。直到列強覬覦下，清法戰爭後台灣升級為省，劉銘傳任台灣巡撫後，才開始為台灣籌劃鐵路建設。¹²³

舊時板橋主要仰賴湳仔溝水運交通，在大正九年(1919 年)開鑿桃園大圳與石門攔水堰後，致使大嵙崁溪下游河水驟減，直到 1943 年左右，除渡船、竹筏以外已無舟楫之便。另一方面陸運條件強化，1918 年，台灣製糖會社鋪設於艋舺、港子嘴、枋橋、土城、頂埔線的輕便台車軌道。隨著日治時期陸運條件的強化，板橋河運交通漸漸被陸運交通(鐵道、軌道台車)取代。¹²⁴

板橋交通運輸走向陸運交通，交通地位係因縱貫鐵路改道而大幅提升。臺灣鐵路發展源自首任巡撫劉銘傳，在光緒十三年(1887 年)劉銘傳到任後，同年六月開始修築台北(大稻埕)至基隆段鐵路，於光緒十七年(1891 年)完工。繼任者則將鐵路向南延伸，光緒十九年(1893 年)台北站至新竹路段通車，當時台北到桃園路線為：台北、大稻埕河溝頭、海山口(新莊區)、塔寮坑(新莊迴龍)、龜崙嶺(龜山)到桃仔園(桃園)。1894 年，官方舉辦了基隆—新竹的通車典禮，慶祝台灣北段長達 106.7 公里的鐵路通車(圖 3-2-7)。¹²⁵

¹²² 高傳棋(1999)。圖說枋橋城—尋找板橋的土地記憶。台北：台北縣政府文化局。頁 47-50。

¹²³ 溫振華、戴寶村(1999)。淡水河流域變遷史。台北：新北市政府文化局。頁 123。

¹²⁴ 溫振華、戴寶村(1999)。淡水河流域變遷史。台北：新北市政府文化局。頁 128-129。

¹²⁵ 戴寶村、蔡承豪(2014)。縱貫環島·臺灣鐵道。台北：國立台灣博物館。頁 20~25。

路改走艋舺、樹林、鶯歌至桃仔園；大橋頭至龜山的新莊舊線鐵道則停用(圖 3-0)。此時，板橋新線通車一有江子翠、板橋、浮洲三站，台鐵記錄了，當時板橋車站為簡易的木造站亭(照片 3-2-3)。隨著台北到桃園段大改道，日後各市鎮之發展興衰也與鐵道路線密切相關。

台灣在清代透過米、糖、茶葉與樟腦等農產品，進入了世界經濟體系。台灣的農產，過去透過水運系統輸出。而在日治時期，台灣進入了水陸運交通的轉換時期。因在清領後期，台灣對外貿易最重要的出口商品，分別是北部的茶葉與中南部的砂糖。在屬於水運的清代，北部所產之茶葉主要由淡水出口，因此河港位置為關鍵。日治時期後，鐵道修築完成，1901 年屬於陸運連結的基隆港，輸移出首度超越水運連結的淡水；1904 年之後，則是年年都超過淡水。¹²⁹隨著交通型態的改變，優越的位置，意義從河港位置優良，逐漸轉為陸運位置優異。板橋在清代河運發展下不如新莊；但進入日治時期，因板橋建立鐵路陸運建設節點，得以將農產品輸出至基隆港，交通條件的改良進而帶動區域發展。

板橋在昭和六年底的調查中，農產品主要以稻米第一位、第二為蔬菜、再其次為甘蔗、甘藷和花生。¹³⁰茶葉薰製所需之香花，雖種植面積佔板橋區土地面積不大，但在北部地區則相對種植面積大，超過中和地區。板橋當時屬於農業社會，這些作物的生產和銷售，皆可見台北與板橋的城鄉互動。

香花因香氣保存時間有限，有採收到工廠須在三、四小時內的限制，因此產地到工廠的距離不能太遠，故板橋、中和生產香花，而近郊市鎮如：鶯歌、三峽、土城以及士林則只生產茶葉。板橋種植的香花，運送至精製茶廠集中中心的台北大稻埕製作成茶。¹³¹板橋在 1910 年後，納入為在今日萬華的臺北製糖株式會社，

¹²⁹ 吳聰敏、盧佳慧(2008-09-01)。日治初期交通建設的經濟效益。《經濟論文叢刊》，第 36 卷 3 期，293—325。輸出指外國，移出指日本。

¹³⁰ 古舜仁、陳存良譯(1998)。《台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌》。台北：新北市政府文化局。頁 88~90。

¹³¹ 蔡采秀(1995)。《板橋的都市發展(1895-1985)：兼論其社會影響》。台大地理系博士論文。頁 57~60。

板橋生產的甘蔗須由台北的糖廊廠轉製為糖，再輸出至基隆港出口。¹³²故板橋與台北市的關係，在香花和甘蔗的生產中屬於農產品生產地與加工製造地；蔬菜的屬於農產品供應地和消費地的城鄉關係。

在板橋市志三編的口述歷史資料寫出日治時期的交通樣貌：「輕便車最大宗的運輸就是煤炭。民國3年(1914年)一條是板橋到清水坑…海山煤礦、建安煤礦。第二條是板橋到中和枋仔寮，…南勢角那邊樣有產出煤礦。…第三條是板橋到土城的大安寮……。」¹³³可從中發現，板橋扮演中和、土城地區的礦產輸出，為區域的交通樞紐地位。

以海山郡的空間尺度，除了板橋生產的稻米、土城庄和中和庄的稻穀亦運往板橋製成糙米後，再輸往日本。¹³⁴土城庄和中和庄所開採的煤礦，也在枋橋集中，故枋橋漸成為海山郡地區的運輸中心。¹³⁵日治時期的陸運系統，透過官方鐵路和私設軌道車修築，不只讓板橋農產輸出，亦具備地區性運輸集貨的功能。

在水路運轉換時期，板橋市容也開始出現變化。明治三十八年(1905)，板橋街原以城牆與其他地方有所區分，結果卻造成交通阻礙，故市區重劃拆除了枋橋城城牆。¹³⁶板橋在設置車站與拆除城牆後，城市風貌出現轉變。原本板橋火車站前是一片荒蕪的墳場，興建了車站後，漸漸有商店在此成立。在車站右前方，日人設置了海山郡役場(照片 3-2-4)。而河流水道因陸運崛起，被填平修築為內部主要的交通幹道，如中山路與文化路，肩負著日治時期至今對外運輸與內部街庄聯繫的功能。¹³⁷

¹³² 楊湛萍(1999)。從景觀分析與社會結構變遷探討板橋的空間性轉變。台灣師範大學地理所碩士論文。頁 52~56。蔡采秀(1995)。板橋的都市發展(1895-1985)：兼論其社會影響。台大地理系博士論文。頁 57~66。因原料採集制度，蔗農須將甘蔗販賣給指定的製糖廠。

¹³³ 台北縣板橋市公所編(2009)。板橋市志三編。台北：板橋市公所。頁 550。

¹³⁴ 淀川喜代治(1933)。板橋街誌。台北：台北州海山郡板橋街役場。

¹³⁵ 台北縣板橋市公所編(2009)。板橋市志三編。台北：板橋市公所。頁 44。

¹³⁶ 淀川喜代治(1933)。板橋街誌。台北：台北州海山郡板橋街役場。雖板橋市志續編(1997)則寫成城牆約在 1902 年拆除，本研究以撰寫時間較近，當代的板橋街誌為準。

¹³⁷ 高傳棋(1999)。圖說枋橋城—尋找板橋的土地記憶。台北：台北縣政府文化局。頁 47-50。

	
照片 3-2-3 板橋驛(板橋車站) 資料來源：板橋街誌(1933)	照片 3-2-4 海山郡役場 資料來源：板橋街誌(1933)

日治時板橋的陸上交通有縱貫鐵路、台車軌道(輕便車)與公路(汽車)；水運有舟筏小船。板橋除了國營鐵路外，尚有四條民間私營的輕便鐵路：1.台北—艋舺—枋橋；2.枋橋—枋寮；3.社後—媽祖田；4.台北—新埔。這些路線分別連結了板橋與艋舺、永和、新莊和江子翠地區，同時樹林、鶯歌也需要透過板橋作為貨物轉運。¹³⁸公路運輸有昭和八年(1933 年)的昭和橋(光復橋)，將港仔嘴地區與台北艋舺相連。板橋的運輸體系呈現垂線型、斜線型及放射型的道路系統(圖 3-2-8)。¹³⁹

板橋作為進入台北市的第一線市鎮，加上日治時期的運輸系統改善，更完整納入台北經濟圈帶。1933 年(昭和 7 年)，台北市第六次大地域計畫中，正式被規畫為台北區域的地方商業中心。做為日治時期物產輸出的基礎建設。¹⁴⁰

¹³⁸ 蔡采秀(1995)。板橋的都市發展(1895-1985)：兼論其社會影響。台大地理系博士論文頁 17。

¹³⁹ 林世殷(1991)。從家的聚落到單元化的住宅區：板橋後埔一帶變遷之研究。東海建築碩士論文。頁 25。

¹⁴⁰ 林世殷(1991)。從家的聚落到單元化的住宅區：板橋後埔一帶變遷之研究。東海建築碩士論文。頁 25。

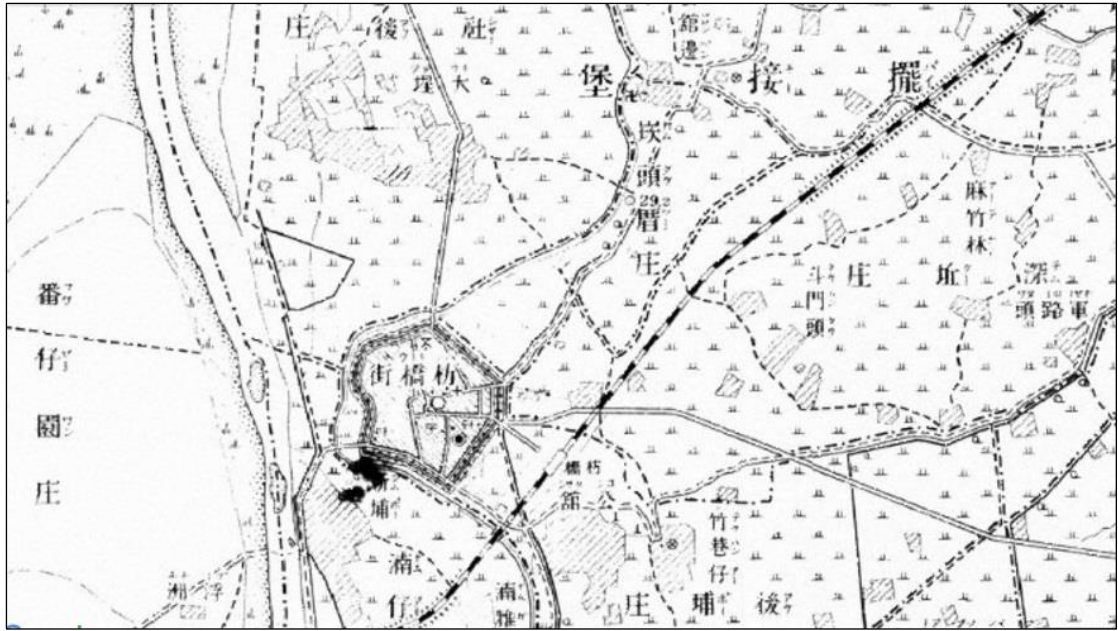


圖 3-2-8 台灣堡圖枋橋街局部地圖(1904 年)

資料來源：台灣歷史百年地圖—1905 年日治時期兩萬分之一台灣堡圖(明治版)¹⁴¹

日本政府交通設計是以滿足產業需求為主，在〈板橋街誌〉中記錄昭和六年(1931 年)板橋的乘客貨物紀錄，當時鐵路運輸是以貨物運輸為大宗可驗證。¹⁴²在汽車未普及的日治時期，這些工具的運量規模有限，以貨物運輸為主，人的移動範圍有限。¹⁴³台灣的鐵路興建，搭配農產生產規劃，是殖民社會下物產輸出的必要建設。

板橋地區就業人口仍以農業為主，仍處於農業社會型態。而板橋街因為位處街內交通之要衝，商業活動頗盛，但環境不佳。根據昭和八年(1933 年)淀川喜代治的〈板橋街誌〉記載，日治前的板橋街，街道狹窄雜亂，缺乏日光照射，水溝凹凸不整，整體環境髒汙黑暗。約明治三十年(1897 年)，枋橋城外東門外人口稀

¹⁴¹ 中研院人文社會研究中心(地理資訊科學研究專題中心)：
<http://gisrv4.sinica.edu.tw/gis/twhgis.aspx>(檢索日期：2018/8 月)

¹⁴² 古舜仁、陳存良譯(1998)。《台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌》。台北：新北市政府文化局。頁 88-94。

¹⁴³ 林世殷(1991)。《從家的聚落到單元化的住宅區：板橋後埔一帶變遷之研究》。東海建築碩士論文。頁 25。

少，深丘後埔(今日後站地區)一帶為農田渡口樣貌。¹⁴⁴明治四十二年(1909 年)，在市區改正下，在整頓市容、下水道工程需求與交通順暢因素，拆除了枋橋城。拆除下的磚瓦，做為學校建築與地下水道鋪設之用。¹⁴⁵改正後的中直街，從過去的土角屋建築，轉變為新式磚瓦建築；也從家屋住宅為主，改變為商店街樣貌。

146

「市區改正近況 臺北廳枋橋街之市區改正近況。如中直街自東門至義春店口。轉過福德街之路。及兩邊水溝。已於客年十二月三十日竣工。至於通至公學校之路。拆去去之家屋。則萬生藥店。義春店後。支廳前牆圍。及公學校左邊校舍。去月上旬。各家屋所有主以自行拆卸。目下水溝正在創築之中。惟大東街尚未著手工事。所有魚菜獸肉個販賣。皆移至媽祖宮前營運云。」¹⁴⁷

黃世孟將日治時期都市計畫分為兩個階段：1895 年—1908 年的基礎建設調查期；1900—1935 年的市區改正計畫期；1924—1945 年的都市計畫制度期。¹⁴⁸隨著日本接收台灣後進行基礎建設與調查完成，開始進入了市區改正階段。文中說明 1906 年枋橋城附近的市區改正計畫，除了拆除城牆工程外，也在街道建立下水道改善衛生。¹⁴⁹日本統治亦為板橋做出現代化建設：1915 年引進電力，1928 年建立無線電信送信所；1929 年透過中和水源地設立淨水池，提供板橋居民使用自來水。板橋街誌(1933 年)亦指出中直街街道，成為大路，亦由土角造房屋改為磚造建築等成果。¹⁵⁰在 1938 年，板橋則出現了都市計畫圖的規劃，詳細繪出都市計畫區域、道路寬度、土地利用類型、官署、學校和公園預定地等(圖 3-2-9)。而圖中的原本農地利用上，出現新設道路向外延伸擴展，為預想未來城市市區擴

¹⁴⁴ 淀川喜代治(1933)。板橋街誌。台北：台北州海山郡板橋街役場。頁 39-40、184。

¹⁴⁵ 淀川喜代治(1933)。板橋街誌。台北：台北州海山郡板橋街役場。頁 49。

¹⁴⁶ 淀川喜代治(1933)。板橋街誌。台北：台北州海山郡板橋街役場。頁 50。

¹⁴⁷ 市區改正近況(1906-02-23)。日日新報日刊，04 版。網址：<https://www.tbmc.com.tw/zh-tw/product/12>

¹⁴⁸ 黃世孟(1989-02)。從台北都市計畫歷史探討空間結構變遷特質之研究(AD. 1895-1945)。國立台灣大學建築與城鄉研究學報，第 4 期，67-83。

¹⁴⁹ 板橋街誌指出：1905 年市區重劃拆除城牆，1909 年延長下水道鋪設，為改善市容與衛生之工程。

¹⁵⁰ 古舜仁、陳存良譯(1998)。台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌。台北：新北市政府文化局。頁 31-32。

大的可能性，進入了都市計畫制度期。



圖 3-2-9 板橋都市計畫圖局部(1938 年)(比例尺 1 : 34315)

資料來源：日治時期台灣都市發展地圖集—1938 年板橋都市計畫圖

過去清代因防禦械鬥所築起的城牆，和城內彎曲的道路，符合移民社會的空間需求。但隨著日治時期進入殖民社會，執政者透過市區改正與都市規劃改變了地景：拆除了城牆以符合陸運運輸需求、修築下水道以提升環境衛生、同時將彎曲狹窄的道路加寬，以建構現代都市的景觀。日治時期的統治，開創了板橋地區從「家屋市街整建期」轉為「市區擴大計畫期」的都市規劃。



圖 3-2-10 台灣堡圖枋橋城地圖(1904 年) (比例尺 1：19757)

資料來源：台灣歷史百年地圖—1904 年日治時期兩萬分之一台灣堡圖(明治版)¹⁵¹



圖 3-2-11 台灣堡圖枋橋城地圖(1921 年) (比例尺 1：25076)

資料來源：台灣歷史百年地圖—1921 年日治時期兩萬分之一台灣堡圖(大正版)¹⁵²

¹⁵¹ 中研院人文社會研究中心(地理資訊科學研究專題中心)
<http://gissrv4.sinica.edu.tw/gis/twhgis.aspx>(檢索日期：2018/8 月)

在台灣堡圖中，以明治版對照大正版地圖，可窺見日治時期板橋街區輪廓。

¹⁵³圖 3-2-10 和 3-2-11 中可看出枋橋街內為行政機關、寺廟、學校和聚落所在，是區域發展的核心地區。枋橋城內有各式機關：街庄役場一位在大東街與南門街間、支廳一位在府中路與後菜園街間、郵政電信局一位在大東路上、學校—枋橋公學校¹⁵⁴—在文昌街上、祠廟—慈惠宮和接雲寺，而枋橋街內全為聚落範圍。而枋橋城城郭仍圍繞著整個枋橋街區，尚未拆除。

而未能標示在地圖上的街市景象，則以〈板橋街誌〉的文字資料中一探究竟。板橋過去在清代盛極一時的榮景，隨著各地方村落小店開張後，原先的腹地(漳和、土城、安坑、四城、五城等地)已可隨時隨地購買到日用品後，在日治時期已不見往日盛況。隨著經濟不振、業界萎縮與農村疲弱下，大環境景氣下跌；又面臨台北商人的大特賣的威脅，而昭和橋(光復橋)興建後，與台北聯結更為緊密後，可預期情況更加險峻。¹⁵⁵

1945 年的地景可以從圖 3-2-12 看出中，美軍轟炸前曾對台灣做一系列地景拍攝，可清晰看到板橋前站與後站的地景差異。枋橋城牆已拆除，從道路圈起範圍仍可見枋橋城的痕跡。城內部聚落建築密集分布，多為傳統門面狹窄的長屋建築，而南門街已是聚落密集地帶。板橋車站為地區鐵路交通樞紐，地面上可見鐵路縱貫，劃分了前站與後站，站前三角形廣場維持公園樣態。後站地區，與鐵道平行的中山路，有數間建築、工廠。公館溝也在地表清晰可見。後站地區在館前東路一帶，則是農田地景。

¹⁵² 中研院人文社會研究中心網站(地理資訊科學研究專題中心)：
<http://gissrv4.sinica.edu.tw/gis/twhgis.aspx> (檢索日期：2018/8 月)

¹⁵³ 因大正版仍以明治版作為底圖，僅以紅字修正明治版地名，列上代表圖例對照，非為實際 1921 年街區型態。

¹⁵⁴ 1899 年枋橋公學校設立，初期在清代大觀書社文昌祠內上課，在 1908 年遷至文化路一段新校舍，今日板橋國小所在位置。

¹⁵⁵ 古舜仁、陳存良譯(1998)。《台北州街庄志彙編(上)：板橋街誌》。台北：新北市政府文化局。頁 94。



圖 3-2-12 板橋街航空照片影像(1945 年)

資料來源：中央研究院¹⁵⁶

根據以上資料分析，板橋於日治時期為農業社會，為台北地區外圍商業中心，屬於地區性的商業中心。交通由水運轉為陸運運輸，以私設軌道和鐵道型態為主。日人改縱貫鐵路設站於枋橋城外，鐵道將板橋地區一分為二成為東西兩側。前站地區受南仔溝水運交通沒落，鐵路運輸發達影響，商業中心逐漸往東向車站前方地區靠攏，商業活動仍維持清代以中直街(今：府中路)為中心的樣貌。海山郡役場豎立於車站西側，可知前站仍為商業與政治中心。而街區在日人治理下，增加

¹⁵⁶ 中研院人文社會研究中心(地圖與遙測影像數位典藏計畫)：
<http://gis.rchss.sinica.edu.tw/mapdap/?p=3928&lang=zh-tw>(檢索日期：2018/8 月)

道路寬度、站前公園和下水道設施，迎向現代化都市樣貌。

日治時期後站地區聚落漸成形，此外是廣大農地，以滿足殖民政府農產品需求。而在都市計畫圖中，開始出現的街道規劃—戰後的館前東路、重慶路的型態，出現公園預定地—今日介壽公園的雛型，為板橋地區的戰後的都市景觀立下了基礎。



第三節 板橋地區戰後的發展

1945 年，戰後國民政府替代了日本政府，成為台灣接任的統治政權。1949 年，國民政府戰敗遷台，台北市成為了戰時首都。在冷戰體系下的台北市，對內是加強對台操控管制的中心，對外則是聯繫美國，以代表政權合法性的政治首都。

157

板橋身在鄰近台北市西區的位置，而台北市西區為當時台北市政經中心，延續著日治時期的聯繫，仰賴台北市的關係發展。故戰後板橋的發展樣態，是在全球經濟體系與大台北都會區發展下的結果。本研究依據板橋市志劃分，將板橋戰後的發展階段切割作為三個階段。然而依據資料分析，板橋的中心性 2000 年前仍不明顯，故本研究劃分為：1945~1980 年的衛星市鎮時期、1980~2000 年的衛星市鎮轉型階段、2000 年~至今的台北都會區副都心三階段。論板橋從屬於台北市的邊緣城市特性，以台北市製造業外移之工業市鎮，逐漸轉型發展為區域政治經濟中心的歷程。

壹、板橋戰後的都市發展階段

一、衛星市鎮時期(1945~1980 年)

戰後，隨著國民政府戰敗，台北市躍昇為國家首都，核心性更為強化。1947 年，台北縣政府設立縣治於板橋鎮，鞏固板橋作為台北縣的行政中心地位。戰後台北都會區的形成，與政府政策下的區域分工有關。在政治因素下，板橋發展台北市外移的輕工業，造就鄉村移民進而人口快速成長。板橋為縣治所在與鄉村移民帶動的人口快速成長，延續清代以來的核心區域發展—依然為前站地區，以下就此四部份分段說明。

¹⁵⁷ 內政部營建署(1993)。台北縣綜合發展計畫。頁 12~17。

(一)政府政策下的區域分工

台灣在戰後的都市化與郊區化過程，政治因素具有重大的宰制意義。¹⁵⁸1951年，是美國援助台灣的十五年中的第一年開始，以美援為基礎，台灣工業在戰後始得發展。當時策略為「進口替代」，以輕工業為主。此時期臺北市為工業發展重心，其次則為台北縣。¹⁵⁹1960年代，因應先進國家產業轉移之需求，台灣工業政策轉為「出口擴張」。在國家經濟政策以出口替代走向的加工出口經濟，造就台北都會區做為金融、保險、工商經濟、個人服務和娛樂服務等行業集中的依賴性都會。¹⁶⁰1963年，台灣輕工業的出口所佔比例首度超越了農產品，成為工業化社會。

1970年代，面臨中美斷交與兩次石油危機的發生，台灣政府採取十大建設政策，改善電力交通等基礎建設。台北市已成為國際性大都會，轉以發展商業、服務業和行政服務為主要機能。鄰近地區臺北縣地價便宜、空間較寬敞、設廠限制寬鬆成為工業用地的轉移發展地區。¹⁶¹

在國家政策影響下，1960年代政府選擇臺北縣九個鄉鎮市作為開發工業用地，包含：三重、新莊、蘆洲、樹林、板橋、中和、新店、汐止和新莊。¹⁶²出口擴張的產業政策下，勞力密集型工業吸引了大量產業人口移入臺北縣地區，臺北縣成為移民城市的樣貌。

(二)衛星市鎮內的產業活動

在1973年的〈板橋市都市計劃說明書〉¹⁶³指出，「板橋、新莊、三重、蘆洲

¹⁵⁸ 章英華(1993)。臺北縣之文化中心：臺北縣台移入人口與都市發展。臺北縣：台北縣立文化中心。頁 53-78。

¹⁵⁹ 蔡明哲、李明正、戴寶村撰述(2009)。續修臺北縣志 卷五 社會志 第六篇、社會變遷。台北：台北縣政府。頁 8。

¹⁶⁰ 內政部營建署(1993)。臺北縣綜合發展計畫。頁 13。

¹⁶¹ 蔡明哲、李明正、戴寶村撰述(2009)。續修臺北縣志 卷五 社會志 第六篇、社會變遷。台北：台北縣政府。頁 8。

¹⁶² 嚴敏蕙(1996)。臺北都會郊區畫與郊區性之研究。台灣大學社會學研究所碩士論文。頁 53。在 1980 年代，再新增了五股、林口和瑞芳三處工業區。

¹⁶³ 台北縣政府(1973)。板橋市都市計劃說明書。網址：

原為台北市菜庫之稱……但政府遷台後，鼓勵工商企業……板橋成為台北重要工業市鎮」，「板橋區以工業人口增加最多，當時規模最大的工業類行為紡織業，以遠東紡織、益華、中本公司等，均為國際聞名織造廠。其次為電器工廠……」說明板橋由日治時期的農業人口為主，轉型為第二級產業為主的都市機能，製造業以紡織與電子工業為主。

在板橋的產業活動，是以輕工業為主。以板橋大型企業遠東集團為例，1949年原本在上海的遠東針織廠遷台，設廠於台北縣板橋鎮深丘里，產銷針織品。1953年於板橋市四川路創立「台灣遠東紡織股份有限公司」，設立紡織廠。1954年，將「遠東針織股份有限公司」與「台灣遠東紡織股份有限公司」合併，正名為「遠東紡織股份有限公司」，設址於台北市永綏路。¹⁶⁴板橋的工業發展與政府政策息息相關，亦可見台北市為總部決策所在，板橋扮演工廠生產基地的區域分工。

從板橋的土地利用分析，1973年，板橋土地利用現況以住宅用地最高，佔57.88%，當時新建的住宅多為四層樓建築。產業活動土地利用中，農業區佔7.05%、工業區4.55%和商業區2.3%。¹⁶⁵邵鐵軍認為當時以對外關係而言，板橋在購物階層的影響圈，包含了中和市(西側)和土城鄉，並可及樹林鎮等地區。已屬於為台北盆地之次商中心，次於台北市西門鬧區，與三重、永和、士林同級。¹⁶⁶說明板橋具備居住機能，和部分工商業機能，其中商業活動屬於台北盆地西南側的中心。

(三)衛星市鎮內的人口成長與分布

在政治與經濟發展因素下，1950年代台灣的人口擴張為分散化的特質，因都市空間不足而外移至都市的外圍地區。1957年後，台北縣的人口平均增加率

<http://landzone2.planning.ntpc.gov.tw/urdiview/QueryUplan.aspx?vm=3&uakid=22>

¹⁶⁴ 遠東新世紀官方網站：<http://www.fenc.com/about/record.aspx?lang=zh> (檢索日期：2018/02月)

¹⁶⁵ 台北縣政府(1973)。板橋市都市計劃說明書。網址：<http://landzone2.planning.ntpc.gov.tw/urdiview/QueryUplan.aspx?vm=3&uakid=22>

¹⁶⁶ 邵鐵軍(1978)。板橋地區土地利用之研究。臺灣師範大學地理研究所碩士論文。頁168。

即超越台北市，象徵著台北都會區的形成。¹⁶⁷陳寬政以人口增加率觀察：

1969~1974 年台北市舊中心地帶已呈現負值成長，而人口成長率較高處，為近郊較遠處—板橋、松山一帶。¹⁶⁸1971 年至 1981 年間，台北縣的人口平均增加率為全台各縣市中最高。¹⁶⁹1980 年，板橋成為僅次於台北市、高雄市、台中市和台南市的全國第五大城。¹⁷⁰乃因中心都市台北市，引發台北都會區之人口增加。

民國 60 年後這些移入人口，不同於過去的以外省籍為主，轉為城鄉移民為大宗¹⁷¹，係因製造業的需求而湧入臺北縣地區。透過交通道路與橋梁的修築，使腹地有限的台北市與外圍台北縣鄉鎮市產生連結。故形成台北都會區的空間分工型態：台北市以第三級產業為主；臺北縣為第二級產業機能。在各種條件的支持下，大量紡織與電子工業進入板橋設廠，板橋與台北市的關係因工業發展而越趨緊密，區域分工關係成形。

戰後初期，板橋人口數為 23544 人。在板橋劃為輕工業區下成長快速，1964 年為 74560 人。1968 年華江橋通車，增加速度更快速，1980 年達 403075 人。自戰後至 1980 年間，成長了十七倍。在 1976 年，板橋人口超越了發展已趨飽和的三重，成為台北縣人口規模最大之行政區。以人口規模排列全台灣都市等級，板橋從 1951 年為第 48 名，1961 年為 17 名，1971 年為 12 名，1980 年後則躍昇全國第五大城市。

其中人口在城市內部的分布，1973 年主要集中在舊市街與埔墘一帶，其餘地方人口分布稀疏。其中舊市街所指為前站地區，因鄰近水運與商業中心，自清代以來發展較早，人口密度高。而埔墘地區，則與日治昭和橋(戰後：光復橋)通車有關。板橋城市發展與核心地區台北市相關；而板橋內部的區域差異，又與交通條件密切相關。

¹⁶⁷ 陳紹馨(1963)。台灣的人口變遷與社會變遷。台北：聯經。頁 537~570。

¹⁶⁸ 陳寬政(1981)。臺北都會區的人口分布與變遷。人口學刊，第五期，51-69。

¹⁶⁹ 行政院經濟建設委員會住宅及都市發展處(1984-09)。綜合開發計劃技術報告—台灣地區生活圈與都市體系之研究。臺北縣民國 60 年後，平均人口增加率為：民國 60~65 年 2.01%、民國 65~70 年 2.02%，而在民國 60~70 年為 1.55%。為全台各縣市最高。

¹⁷⁰ 施添福(1998)。台灣的人口移動和雙元性部門。台北：台灣師大地理系。

¹⁷¹ 章英華(1995)。台灣都市的內部結構：社會生態的與歷史的探討。台北：巨流。頁 42-44。

(四)衛星市鎮的都市機能與核心區域

在政治與人口成長因素下，板橋行政地位出現變化。1946年，枋橋庄改為板橋鎮，隸屬於台北縣海山區，同年成立板橋鎮公所。1947年，台北縣政府設立於板橋地區，並撤海山區，板橋由臺北縣政府直轄。¹⁷²1972年，隨著板橋人口大幅成長達縣轄市規模，板橋鎮升格為縣轄市—板橋市，是臺北縣中繼三重市之後，第二個升格為縣轄市的地區。¹⁷³行政機關台北縣政府與板橋鎮公所，皆位在板橋前站地區，戰後板橋的行政地位已躍升為臺北縣最高層級。

板橋城市內部的核心，無疑為開發時間較早的板橋車站地區：車站本身具備火車、客運公車的交通機能；前站地區為全縣行政機關所在、舊枋橋街人口密度最高¹⁷⁴。相較於此時期的板橋車站地區為板橋城市內部的核心地帶，亦是全台北縣行政核心區域。

「板橋市之發展，並非僅以縣治中心為主要因素……因本市具有交通要衝之特性，並具有台北市衛星都市之特性」¹⁷⁵此階段的板橋，是以台北市為中心發展的外圍衛星都市。在台北市產業轉型，工業外移的過程，扮演工業和住宅機能。民間大量工業湧入交通便利的板橋後，政府也以都市計畫，在板橋市中規劃工業用地與住宅用地，吸納產業和人口的發展。各種力量形塑板橋地區以製造業為主要機能，也和台北市建立緊密的連結。

而板橋在台北縣區域內部，在縣政府機關的設立和行政位階的提升，使板橋成為縣治中心；交通延續日治時期縱貫鐵路連結各地，交通機能優於其他市鎮；人口則超越三重，擁有縣內最高的人口規模；商業機能台北縣各市鎮皆未見提升，板橋屬於西南側鄉鎮的商業中心。故板橋在此階段，是台北縣區域內部發展較佳

¹⁷² 板橋市志編輯委員會編輯(1997)。《板橋市志續編》。台北：臺北縣板橋市公所。

¹⁷³ 蔡明哲、李明正、戴寶村撰述(2009)。《續修臺北縣志 卷五 社會志 第六篇、社會變遷》。台北：台北縣政府。頁17。根據「台灣省各縣市實施地方自治綱要」，其人口在十萬以上者，設縣轄市。

¹⁷⁴ 內政部營建署(1993)。《台北縣綜合發展計畫》。頁2。

¹⁷⁵ 台北縣政府(1973)。《板橋市都市計畫說明書》。

的區域之一。而這些成長與發展，是圍繞著台北市產業轉型的政經背景而生，交通條件的便利性，引導這些近郊市鎮一包含板橋快速工業化。

二、衛星市鎮轉型階段(1980~2000 年)

1980 年代，台灣工業已進入產業外移階段，許多勞力密集型產業開始外移。原本是台北縣紡織與電子工業中心的板橋，面臨工業外移與南移的挑戰，設立從衛星都市轉型為商業中心的發展目標。此時期在板橋市志中，認為板橋已是台北都會區的副都心地位。以下本研究透過：衛星市鎮的定義、政府政策、板橋的都市機能、板橋核心區域特徵和學者專家研究，從中指出此時期板橋應屬於衛星市鎮的轉型階段。

(一)台北都會區與衛星市鎮的探究

1980 年後，板橋仍是仰賴臺北的衛星都市樣貌。1983 年內政部「台灣北部區域計畫」¹⁷⁶中，統籌規劃北北基桃竹宜蘭等行政區，劃作七個的地方生活圈。板橋劃入台北地方生活圈，中心都市為台北市，影響範圍為台北縣全區，是台灣北部面積與人口規模最大的生活圈，板橋的發展仍與核心都市台北市息息相關。而實際生活圈的連結，可以通勤人口為指標：1984 年行政院「綜合開發計劃技術報告—台灣地區生活圈與都市體系之研究」¹⁷⁷中，將北部區域劃分出數個通勤圈，其中中心都市—台北通勤圈最大，15 歲以上就業人口通勤比例有永和市、新店市、中和市、深坑鄉、汐止鎮等五個市鎮超過 30%往台北市通勤(表 3-0)。

衛星市鎮是指在一個都會區內，中心都市界限之外的市、鎮、鄉稱為衛星市鎮。以下兩者條件符合其中之一，即可劃定為衛星市鎮。1.區內之就業居民，至少有百分之十通勤至中心都市工作者。2.區內就業居民通勤至中心都市未達百分

¹⁷⁶ 內政部營建署(1983)。台灣北部區域計畫。

¹⁷⁷ 行政院經濟建設委員會住宅及都市發展處(1984-09)。綜合開發計劃技術報告—台灣地區生活圈與都市體系之研究。

之十，但在百分之五以上，且期居民有百分之四十以上是住在都會區內之最大都市化地區者。¹⁷⁸依此定義，通勤人口至台北市達 10%以上就業人口之鄉鎮市，屬於台北市的衛星市鎮，涵蓋至：新莊市、淡水鎮、雙溪鄉、瑞芳鎮、基隆市、蘆洲鄉、平溪鄉、貢寮鄉、樹林鎮、金山鄉、土城鄉、萬里鄉、泰山鄉、三芝鄉、五股鄉和石門鄉等十六個鄉鎮市(表 3-3-1)。

表 3-3-1 1984 年台北通勤圈範圍表(十五歲以上就業人口通勤至台北市比例達 10%以上之行政區)

行政區	永和	新店	中和	深坑	汐止	板橋	三重	石碇
比例(%)	50.18	42.44	38.85	32.38	31.6	27.5	20.76	21.07
行政區	新莊	淡水	雙溪	瑞芳	基隆	蘆洲	平溪	貢寮
比例(%)	16.6	17.12	16.67	15.12	15.06	14.79	14.64	14.27
行政區	樹林	金山	土城	萬里	泰山	三芝	五股	石門
比例(%)	12.34	12.29	12.26	11.65	11.52	11.03	10.57	10.56

資料來源：行政院(1984)綜合開發計劃技術報告—台灣地區生活圈與都市體系之研究

從以上表格資料分析，板橋有 27.5%就業人口，朝向中心都市台北市通勤。其中，板橋(27.5%)通勤比例低於永和(50.18%)、新店(42.44%)和中和(38.28%)這三個台北縣主要城鎮，象徵板橋對台北的依賴未如這三個市鎮高。

而板橋又自成一個通勤圈，依序為土城 10.69%、中和 4.9%、樹林 3.65%、三峽 3.21%、石碇 3.28%，共五個地區內之 15 歲以上就業人口超過 3%通勤至板橋工作。其中，雖然土城鄉符合板橋的衛星都市定義，但通勤至台北市人口比例(12.26%)仍高於板橋市(10.64%)。故板橋仍為台北市衛星都市，同時兼具台北盆地西南城鎮的區域型中心地位。

衛星市鎮的都市機能常有不足的現象，係因衛星市鎮常是島內移民遷徙過程的中繼站，中心都市才是遷移的終點。因此，衛星市鎮雖然急速地發展起來，但

¹⁷⁸ 行政院經濟建設委員會都市及住宅發展處(1984)。台灣地區都市與區域發展之研究—都市成長及空間結構之變遷。頁 31。

是都市機能並未能隨著人口的增加而轉型，反而更加依賴中心都市，致使中心都市的中心性機能不斷地集中與增強。¹⁷⁹都會區內部發展不均的現象，將造成諸多都市問題，引導政府嘗試將人口產業活動朝向均勻分布的目標。

(二)政府政策

在政府的規畫中，嘗試將板橋從「衛星市鎮」，朝僅次於台北市之「副都心」目標發展。如 1984 年，行政院經建會擬定的「臺北都會區實質發展課題之研究」中，板橋市的定位轉為淡水河西岸三重、新莊、板橋、中和、永和、新店與土城七縣轄市的重心，並建議在板橋市既有的行政、商業及就業中心的機能基礎上，再導入中樞管理機能，減緩淡水河西岸對台北市的依存，塑造台北都會區成為以台北市、板橋市為中心的雙子城。在 1992 年，營建署委託省住都局辦理的「台北都會區實質規劃(第二年度)」報告中提出，以大台北都會區的整體都市體系來看，都會區的主都心為台北市核心區，而板橋則是主都心下的「次都心」，扮演政治、經濟、文化、行政中心的次級功能角色。¹⁸⁰

在台北市發展過度集中的背景，外圍衛星都市過去都市機能不足。板橋這個衛星都市，目標從扮演製造業與居住機能，轉成為淡水河西岸的政治、經濟、文化、行政的中心。在中央與台北縣政府的規劃下，期待板橋成為僅次於台北市的副都心，擺脫衛星市鎮的依賴性。

(三)板橋的交通與產業活動

再從交通系統，分析板橋都市階層：黃代瑛(1975)依據都市化程度與火車站營運的車站階層體系，板橋車站與台中、台南和中壢同為都市化因子之第二層級。鄭俊明(1989)認為以每日上下車人次分析，板橋車站僅次於台北車站，高於高雄、

¹⁷⁹ 陳柏廷(2003)。租隙與都市空間發展歷程之研究。政大地政所博士論文。頁 69。

¹⁸⁰ 台北縣板橋市公所編(2009)。板橋市志三編。台北：板橋市公所。

台中和其他特等站。¹⁸¹故板橋不僅在台北會區中，扮演重要的交通地位；並在北部地區高度發展下，交通機能亦超越其他區域的第一級城市。

從政府統計資料中，探究板橋與台北縣各市鎮的發展樣貌。表 3-3-2 中，1980~1993 年間，五個城市皆為人口正成長；到 1993 年~2000 年間，普遍移入人口數量略減，僅有中和和新店仍為小幅成長。自 1980 年以來，板橋人口規模仍保持全縣之冠。

產業活動中，受限政府統計資料中，尚未有各鄉鎮市的分區第三級產業資料，故採用營運工廠數為台北縣內各城鎮的工業化指標代表。又因營運工廠數於 1990 年未有紀錄，採用最接近的 1993 年資料為代表。¹⁸²表 3-3-2 中，1980 年板橋營運工廠數不比新莊、三重。再從 1980、1993 和 2000 年三年的資料比較：板橋與永和工廠數先增後略減；而三重、新莊、中和和新店的工廠數量則持續增加。此階段，板橋與中和是台北縣中製造業機能下降較明顯的地區。

表 3-3-2 台北縣主要城市之人口與營運工廠數對照表(1980、1993、2000 年)

各年 指標 主要 城市	人口數(單位：萬人)				營運工廠數(單位：家)			
	1980 年	1993 年	2000 年	1980~2000 年增減	1980 年	1993 年	2000 年	1980~2000 年增減
板橋	40.31	54.40	52.90	12.59	1057	1408	1007	-50
三重	32.70	38.39	38.22	5.52	1794	3318	3668	1874
新莊	17.81	32.19	27.21	9.4	2401	4716	4995	2594
永和	20.53	24.57	22.80	2.27	176	191	141	-35
中和	26.17	38.72	39.81	13.64	796	2656	3209	2413
新店	16.64	24.58	26.82	10.18	442	1608	1722	1280

資料來源：台北縣統計要覽。第三十期(民國六十九年)、第五十期(民國八十九年)。

¹⁸¹ 鄭俊明(1989)。車站附近商業活動交通旅次特性之研究—以板橋後火車站商圈為例。台灣大學土木工程研究所碩士論文。

¹⁸² 在 1989 年，台北縣金融業商業登記家數為 0 家，保險業為 0 家，證券業為 0 家；1990 年，改以金融保險不動產及工商服務業，年底全縣共計 7069 家。

在商業層面，隨著台灣連鎖零售業的擴展，對板橋商業活動帶來改變。「最近攻進台北縣商圈的連鎖商店，大都來自台北市，其中統一廿四小時超級商店、三商巧福、郭元益、一之鄉、元祖、皇點、義美等店號更是來勢洶洶，而設置分店的選擇地點，已漸漸由原先的永和市，擴及到原被商界認為生活水準、消費層面較低的板橋市與三重市。……商界人士也憂心，台北縣的消費水準大幅提高，勢必還有更多的外地連鎖商店，陸續進入台北縣市場」¹⁸³說明 1988 年前的板橋的商業機能較為薄弱、居民生活水準較低，為台北都會區衛星市鎮的特徵。但在此時期隨著生活水準提升，板橋也成為大型連鎖業者逐步進駐的地點。

與此同時，1989 年，板橋在此階段出現高級零售業的進駐。1983 年原本由紡織業起家的遠東集團，在板橋繼續擴展事業版圖，在中山路的後站地區設立了遠東百貨。¹⁸⁴1989 年的板橋車站後站商圈，有遠東百貨(板橋分公司，中山路一段四十六號)、三商百貨(中山路)、大豐百貨(中山路)、ATT 百貨(中山路)。遠東百貨為 11 層樓層建築(含地下兩層樓)，有超級市場、服飾、禮品、餐飲服務外，亦有戲院和遊樂園設施¹⁸⁵，商業設施完備，為板橋地區之高級零售業。故板橋在 1980 年後，交通與商業活動具有台北縣內區域核心型態，但仍未追上台北市。

(四)板橋的商業核心—舊車站商圈的發展與侷限

而在板橋內部，舊車站地區仍為清代延續至此階段的商業中心。從 1987 年〈變更板橋都市計畫(第一次公共設施通盤檢討)案〉中指出：板橋主要商業區位在舊市中心，包含赤松、流芳、黃石、挹秀、新興、福丘、景星、鄉雲等里內，共計 34.36 公頃(圖 3-3-1)。而板橋其他都市計畫區域中的商業區，包含：江子翠

¹⁸³ 連鎖店陸續大舉入侵，威脅大了 北縣業者決「合作」經營對抗「外籍兵團」(1988-09-27)。經濟日報，19 版。

¹⁸⁴ 遠東集團官方網站：<http://www.feg.com.tw/tw> (檢索日期：2018/02 月) 1991 年前的遠東百貨各分公司成立順序：台北永綏街(1967)、台中分公司(1969)、台北分公司寶慶店(1972，將永綏街店併入)、高雄分公司(1973)、夏威夷分公司(1975)、台南分公司(1976)、台北仁愛(1977)、中壢分公司(1981)、嘉義分公司(1982)、板橋分公司(1983)、三重分公司(1983)、桃園分公司(1984)、花蓮分公司(1991)。

¹⁸⁵ 鄭俊明(1989)。車站附近商業活動交通旅次特性之研究—以板橋後火車站商圈為例。台灣大學土木工程研究所碩士論文。頁 34。

及十二埤、埔墘、重慶國中附近、中華中學，面積較小，位階屬於較低的社區型與鄰里型商業區。而文化路屬於商業中心，階層亦低於舊市區車站地區。故板橋的核心區域，仍為板橋車站前後站地區。

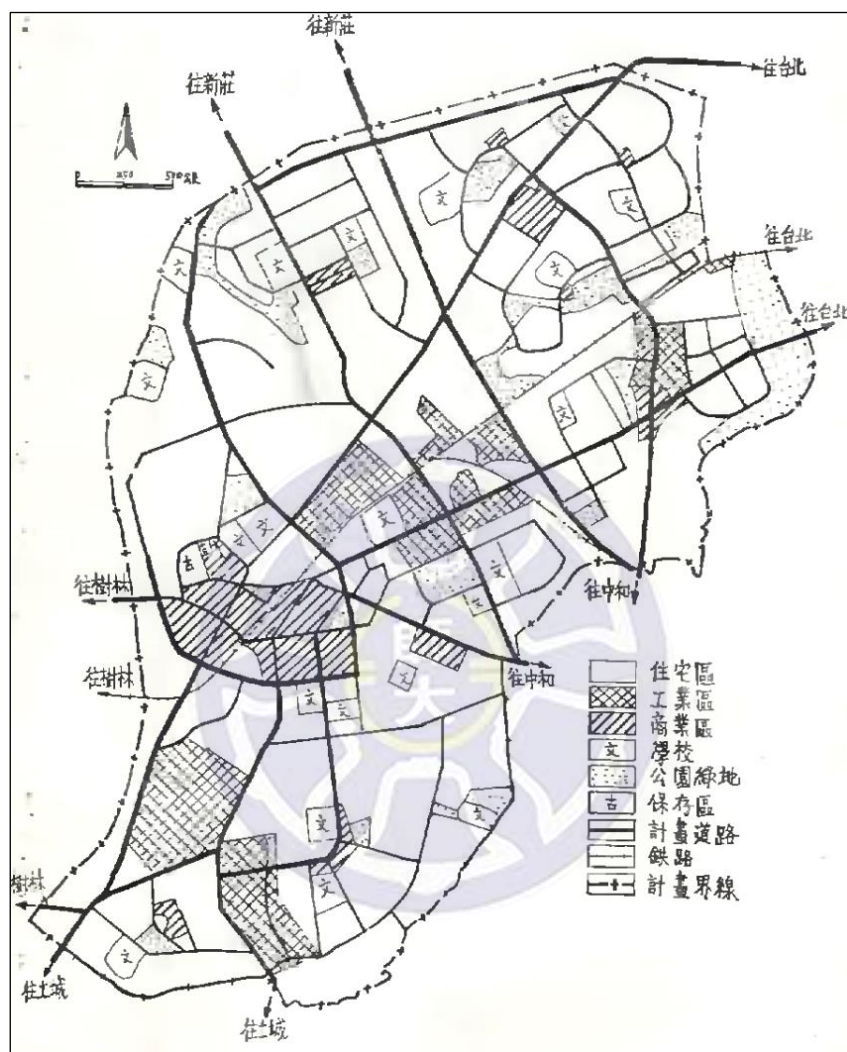


圖 3-3-1 板橋都市計畫圖(1987 年)

資料來源：變更板橋都市計畫(第一次公共設施通盤檢討)案(1987)

隨著台北捷運的興築，板橋亦有設立捷運站的規劃。「台北市政府捷運局評估，捷運系統板橋線板橋站，與目前板橋火車站共構，對附近交通影響程度最小，但是台灣省鐵路局北淡鐵路員工宿舍拆遷問題的陰影猶在，以共構工程將影響營運為由，表示反對……採地下形式的捷運系統板橋線板橋站，若不與板橋火車站

共構，設置於板橋火車站正下方，勢必於附近另覓用地。」¹⁸⁶說明捷運板橋站的設立原先預計是在舊火車站地區，形成捷運和鐵路共構的車站。但捷運局的評估，卻遭到台鐵的影響營運的理由反對，因此出現另覓土地的聲音。

「而火車站前，後站腹地狹窄有目共睹，一旦選擇靠前站處，施工時將封閉文化路；若選定後站，則將封閉中山路。捷運局表示，板橋火車站前、後站位居板橋市中心，且為板橋市最繁華地區，人車來往頻繁，封閉文化路或中山路的後果，等於阻斷板橋市與台北市及週邊都會城鎮聯繫動脈。」¹⁸⁷不僅是台鐵的反對，舊火車站地區的發展似乎達到極限——前站與後站腹地狹窄，並連結兩大交通動脈——中山路和文化路，另尋用地似乎成為最佳的解決方式。

(五)副都心的意涵與建設

「副都心」——即副都市中心，為僅次於正都市中心的都市中心，但又高於各個地方中心的一個地位。副都心的目的，為減低現有中心區的壓力，引導都市平衡發展。故副都心與正都市中心有著以下不同：1.服務範圍的不同：如台北市具備中樞管理機能，可以服務台北都會區以外，亦服務著全台灣地區；而副都心是以台北都會區為範圍。2.活動內容不同：副都心因針對台北都會區為範圍，在經濟與非經濟活動，應屬於層次較高；商品種類以選購性為主；對居民而言，屬於需求頻率較低者。¹⁸⁸

台北市城中地區，過去扮演行政中心、金融中心和交通中心的角色，因此成為台北市交通最為擁擠混亂的狀態。1970年代，在台北市政府的規劃下，除了舊有西區都市中心，劃分出信義副都心，以分擔都市部分功能。以信義區副都心的各個機能劃分服務內容：行政機能——地方政治及行政中心之功能；交通機能——

¹⁸⁶ 洪惠琪(1989.08.21)。捷運板橋站、教人頭痛 施工 怕亂了交通 共構 偏又碰釘子。聯合報，14版。

¹⁸⁷ 洪惠琪(1989.08.21)。捷運板橋站、教人頭痛 施工 怕亂了交通 共構 偏又碰釘子。聯合報，14版。

¹⁸⁸ 國立台灣大學土木研究所都市計畫研究室(1978.06)。台北市信義計畫副都心設計報告。(台北市政府工務局都市計劃處委託)

轉運長途公車、高速公路、捷運系統之轉運交通；商業、娛樂、遊憩和文教等方面，目標為現有都市中心以外的主要中心，藉此平衡台北的東西區發展。¹⁸⁹從上述資料中得知，副都心是介於核心都市中心和地方中心的地位。以台北市信義副都心為例，在行政、交通、商業、金融、娛樂遊憩和文教皆次於中心都市。

然副都心若在商品等級活動層次若太低，則將淪為地方中心。故應引進的行業，應為層次較高的行業、鄰近區域較缺乏之行業、行業別能吸引大量顧客、在都市尚未形成強烈聚集規模之行業，並以行業間能夠相互補充產生聚集經濟作用者為優先。¹⁹⁰這些說明了，副都心的意涵，應有高於地方中心的行業，並以達成聚集經濟規模為佳。

(六)未來的核心區域—新板橋車站特定區域

副都心，位在地方中心之上，中心都市之間的都市位階。建設目的為減低現有中心區的壓力，都市得以平衡發展。故交通便利性，是副都心發展之關鍵。藉由交通系統以吸引部分地區的購物旅次，減少對市中心的越區購物旅次。¹⁹¹新板橋車站的設立，代表地方政府的雄心，以整合台鐵、高鐵和地鐵三種交通系統，將板橋從大台北交通樞紐，躍昇成為全台交通樞紐地位。亦是地方政府企圖強化台北縣區域內核心—板橋，從過去台北市的衛星城市，朝向台北都會區的副都心發展的指標建設。

1994 年，面對新板橋車站地區的崛起，台北省政府與臺北縣政府進行了〈板橋舊城暨原板橋火車站再發展計畫〉，在車站與行政機關台北縣政府、板橋市公所和其他公家機關陸續遷離下，土地利用之規劃。計畫範圍內的前站與後站地區，因新板地區商業區的設立，故不再新增商業區。象徵著舊車站地區商圈將被取而

¹⁸⁹ 國立台灣大學土木研究所都市計畫研究室(1978.06)。台北市信義計畫副都心設計報告。(台北市政府工務局都市計畫處委託)

¹⁹⁰ 國立台灣大學土木研究所都市計畫研究室(1978.06)。台北市信義計畫副都心設計報告。(台北市政府工務局都市計畫處委託)

¹⁹¹ 國立台灣大學土木研究所都市計畫研究室(1978.06)。台北市信義計畫副都心設計報告。(台北市政府工務局都市計畫處委託)

代之，新站特區成為台北縣未來發展的關鍵核心區域。



圖 3-3-2 1989 年板橋前後站地區一覽圖

而車站的遷移，顯著衝擊了舊商圈的發展。板橋後站商圈原本是台北縣最繁華的商業區，中山路、重慶路口長期以來一直是台北縣的地王。到 2003 年，因新板橋火車站啟用，地王則拱手讓給新站特區的民權路與文化路交叉口。

內政部國土繪測中心 國土繪測圖資 E 商城網站：

(七)都市研究的觀點

雖然未來板橋新站特區即將崛起，頗具發展潛力。但在學者專家的研究中，2000年以前的板橋，發展仍停留在衛星都市階段(表 3-3-3)。台北都會區的研究，位在都會中心的台北市舊中心為中心地區；台北市近山地區各區則為外圍。金家禾(1999)將板橋視作衛星市鎮；章英華(1995)未有明確定義板橋分區位階，但在依據人口成長率的時間變化，板橋與北投、士林、景美、木柵、南港、永和、中和和新店相似；嚴敏蕙(1996)研究中將板橋劃屬郊區，意義不及副都心，應較接近於衛星都市。

以人口數字觀察台北都會區空間蔓延，2001年，板橋在台北都會區中屬於集中高密度之發展型。板橋因行政區空間已漸趨飽和，故人口成長趨緩。¹⁹⁴此外，高級零售業的進駐，亦與其他新北地區時間點相近。板橋仍未有副都心的特質——高於其他地方中心的商業階層。故在人口、商業資料與都市位階分析下，板橋與其他台北縣各市鎮一樣，此時仍扮演衛星市鎮的角色，分散台北市的都市機能。

¹⁹⁴ 徐國城、賴宗裕、詹士樑(2010.09.30)。台北都會區空間蔓延與緊密發展型態趨勢之研究。《都市與計劃》，第37卷第3期，281-303。2001年，屬集中之高密度發展群由高到低依序為：永和市、中正區、大安區、大同區、萬華區、松山區、板橋區、三重市、蘆洲市、信義區、中山區、中和市、新莊市。

表 3-3-3 1990 年代台北都會區分區界定之研究摘要表

研究者	台北都會區的範圍/位階	板橋之分區/位階
金家禾(1999) ¹⁹⁵	都會中心：松山區、信義區、大安區、 中山區、中正區、大同區、萬華區 中心都市之其他地區：文山區、南港區、 內湖區、士林區、北投區 衛星市鎮：板橋、三重、中和、永和、 新莊、新店、土城、蘆洲 都會郊區：台北縣之其餘鄉鎮	衛星市鎮
章英華(1995) ¹⁹⁶	台北市(內部十六個區)、汐止、深坑、新 店、中和、永和、土城、樹林、新莊、 三重、五股、蘆洲和三重	舊中心以外都會 區
嚴敏蕙(1996) ¹⁹⁷	舊市區：中正區、中山區、萬華區及大 同區 新市區：松山區、大安區與信義區 市郊北區：士林區與北投區 市郊東區：內湖區、南港區與文山區 近郊：三重市、板橋市、永和市、中和 市、新莊市與新店市 遠郊：樹林鎮、土城鎮、蘆洲鄉、五股 鄉、泰山鄉、深坑鄉、汐止鄉和淡水鄉。	近郊，位在台北縣 內，與遠郊相比， 距離市中心較 近，發展指標較 佳。

資料來源：本研究整理

1980~2000 年間，板橋在台北都會區產業外移下，開始由衛星都市朝向副都心轉型。在商業活動中，連鎖低級至高級零售業的進駐—尤其是遠東百貨，提升了板橋的商業機能。然而這些零售業是由中心都市逐漸分散到板橋地區，板橋的商業機能仍低於台北市。在交通機能，隨著新板特定區域的發展，強化了板橋在台北縣的核心地位。

並對照表 3-3-2 台北縣主要城市之人口與營運工廠數對照表(1980、1993、2000 年)，從 1980 年到 2000 年，板橋工廠數略減，是台北縣內製造業機能下降

¹⁹⁵ 金家禾(1999)。邁向世界都市之台北都會區產業結構與空間分佈變遷。都市與計劃，26 卷第 2 期，95-112。

¹⁹⁶ 章英華(1995)。台灣都市的內部結構：社會生態的與歷史的探討。台北：巨流。頁 29-90。

¹⁹⁷ 嚴敏蕙(1996)。臺北都會郊區畫與郊區性之研究。台灣大學社會學研究所碩士論文。

較明顯的城市。但總量下降不大，顯見板橋製造業機能仍顯著，尚未有製造業轉型第三級產業的特徵。故政府部門雖然認為：板橋此時已為僅次於台北市的副都心。但在統計資料和學者專家的研究中，仍屬於分擔中心都市製造與居住機能的衛星都市。



三、台北都會區副都心(2000 年後)

2000 年後的板橋，隨著製造業外移與產業轉型，第三級產業機能漸趨發達，改善了過去衛星市鎮都市機能不足的現象。在新核心區域—新板橋特定區域的設立，此時期初期核心從舊市街地區轉往新板特區。隨著新核心地帶的規劃，板橋仍為新北市第一大城，但具備更強的行政、交通和商業機能。

以下就都市計畫觀點，說明副都心意義與板橋發展特徵。從交通、人口和住宅的資料，比較板橋與其他新北市主要城市的發展。

(一)台北都會區下的板橋副都心

副都心為在核心都市中心，再建構出高於地方中心的新城市中心。在都市計畫的觀點，應引進高層次行業，避免淪為地方中心。信義副都心計畫是台北都會區第一個副都心計畫，不論在區域或大台北都會區都有指標意義。故以信義副都心計畫中列出要點，作為副都心規劃指標，大致包含了：產業活動、交通設施、空間規劃和服務對象等數項指標。表 3-3-4 中把指標對照新板橋特定區域計畫，便能看出台北縣政府將新板橋特定區域，規劃做為副都心的樣貌，而現況亦符合各項指標。

表 3-3-4 新板橋特定區域與信義副都心規劃原則對照表

副都心規劃指標	新板橋特定區域計畫內容
1. 產業活動：提供高層次商業活動、塑造地區獨特風格、各類活動相輔相成	設立高層次商業區、業務區，以紓解三級產業在台北市過度集中的現象。
2. 交通設施：人車分離、良好的交通設施、能解決未來大量的交通流量、	淡水河西岸交通樞紐(台鐵、高鐵、兩條都內捷運、客運)。
3. 空間規劃：多留空地、公共設施完備、考慮周遭國宅關係	設立休閒式大型廣場、公園、購物商業設施、文教設施，以提升環境品質，服務不同民眾。
4. 服務對象：各種收入階層、活動為普遍性的民眾參與	

資料來源：本研究整理自台北信義區計畫副都心設計報告(1978)¹⁹⁸、變更新板橋車站特定專用區細部計畫(第一次通盤檢討)案計劃書(2001)¹⁹⁹

「新板橋特定專用區之規劃目標在於(一)創造新都心文化(二)交通總樞紐的建立(三)建立三級產業的都市(四)提升都市生活環境品質。」²⁰⁰除了交通和行政設施的遷入，亦建設台北縣的高級商業區，結合三者建設以提升都市發展。「台北市著重中樞管理與其他業務管理機能，板橋則著重市政其他服務管理機能及醫療、社會服務設施」²⁰¹在台北都會區實質規畫中，指出：「台北區的六心為台北主核心、板橋次都心，淡水、新店、三重、南港四個地區中心。」從上述表 3-0 和各個都市規畫中都指出：這個時期的板橋，藉由新板橋特定區域的規劃，才能從台北都會區的衛星市鎮進入副都心的階層地位。而板橋為台北都會區中唯一的次都心，兼具了區域商業中心及高密度居住機能。

(二)板橋交通機能強化與內部核心轉移

隨著新板特區之設立，板橋新站三鐵陸續開通：在 1999 年台鐵板橋新站通

¹⁹⁸ 國立台灣大學土木研究所都市計畫研究室(1978.06)。台北市信義計畫副都心設計報告。(台北市政府工務局都市計畫處委託)

¹⁹⁹ 台北縣政府(2001.05.02)。變更新板橋車站特定專用區細部計畫(第一次通盤檢討)案計劃書。

²⁰⁰ 台北縣政府(2001.05.02)。變更新板橋車站特定專用區細部計畫(第一次通盤檢討)案計劃書。

²⁰¹ 台北縣政府(2001.05.02)。變更新板橋車站特定專用區細部計畫(第一次通盤檢討)案計劃書。

車，高鐵板橋站於 2007 年啟用，捷運板橋站在 2006 年開通。板橋的交通機能增強，原本的台鐵、後來的高鐵和地鐵使板橋腹地增加外，亦與中心都市連結更強。

台北捷運連結中心都市台北市與周遭城鎮。2000 年捷運藍線從台北延伸至江子翠和新埔站，紓解了板橋往返台北市的交通。²⁰²捷運系統提升台北縣部分城鎮在台北都會區的交通機能—包含新店、淡水、板橋等區，這些都市也反映著台北市強烈的核心位置。過去板橋以鐵路、公路系統、跨河大橋連結台北市，捷運延伸至板橋，帶動了更多通勤人口。

板橋舊車站商圈，是以鐵路運輸為主，也是公車客運運輸工具的樞紐位置。然而在台鐵車站遷至新站，舊車站商圈受到嚴重衝擊。捷運通車讓終點站新埔站，帶來新的商機；而後站商圈，在鐵路運輸移出後，到 2006 年捷運府中站通車後亦帶來了新的希望。而縣內最主要的商業設施遷移至新板橋特定區，代表核心轉移以成形。在 2002 年，是後站商圈最後與新站地區的拉鋸，後站地王七連霸。但顯然大勢已去，在高級零售業的撤出，已衰退為地方型商圈。而新板特區，在各種交通、行政與商業機能的集中，公告地價證明了新站地區已成為板橋與全台北縣的新的核心區域。

(三)板橋的人口變化與居住機能

板橋在戰後人口僅有人，隨著台北都會區的擴張，在 1970 年後人口急速成長，至 1990 年後漸趨穩定(圖 3-3-3)。在 1976 年，板橋人口超越三重，成為縣內第一大城市，至今仍保持冠軍寶座；1981 年，板橋在全國各城市中為全國第五大城市。

²⁰² 台北縣板橋市公所編(2009)。板橋市志三編。台北：板橋市公所。

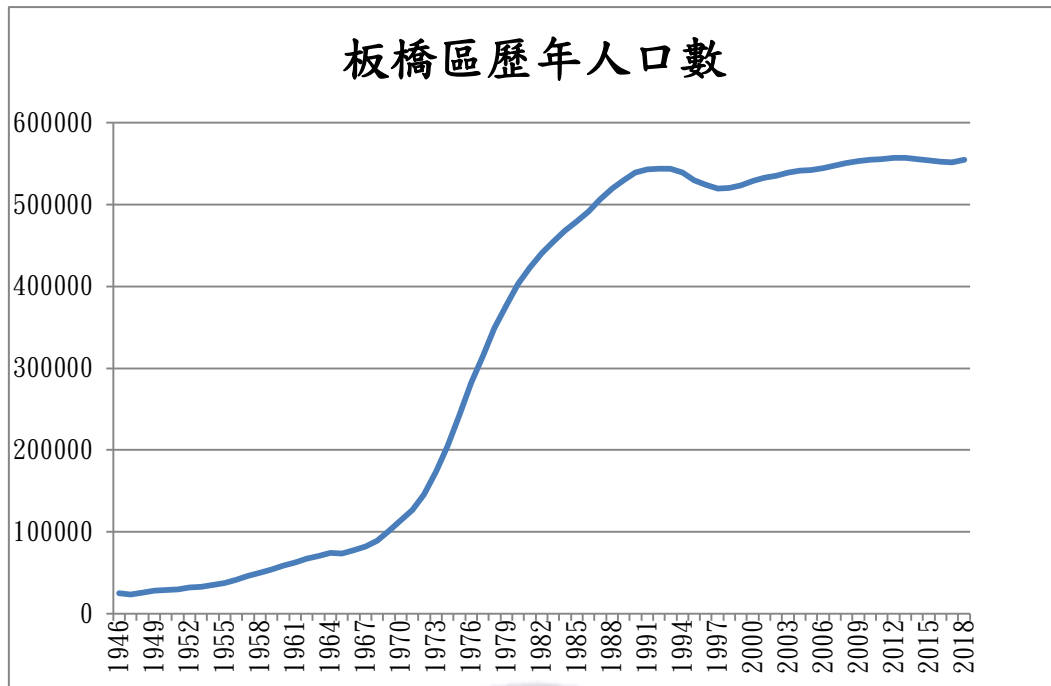


圖 3-3-3 板橋歷年人口數圖(1946~2018 年)

(縱軸：人口規模，單位：人；橫軸：時間，單位：西元)

資料來源：板橋市公所網站(檢索日期：2019/1 月)

再以新北市各區的住宅規模變化和人口規模對比，觀察板橋的在新北市中發展。圖 3-3-4 中，將新北市住宅數目前十名區域納入，可觀察出 1970 年前三重區為新北市內數量最多的區域，板橋次之。在 1971 年~1990 年，板橋增加數量躍升第一位，為縣內最熱門的居住地區，為衛星市鎮時期階段，帶動板橋住宅大幅成長。1990 年後，轉以新莊、汐止數量為最高。此時期板橋住宅數量竣工數量略減，不再是縣內增加數量首位，為板橋進入集中之高密度發展群的特徵。而在 2000 年後，各區的數量變化趨勢近似，不再有區域遞次變化現象，應為台北都會區開發下各區域漸達飽和之故。

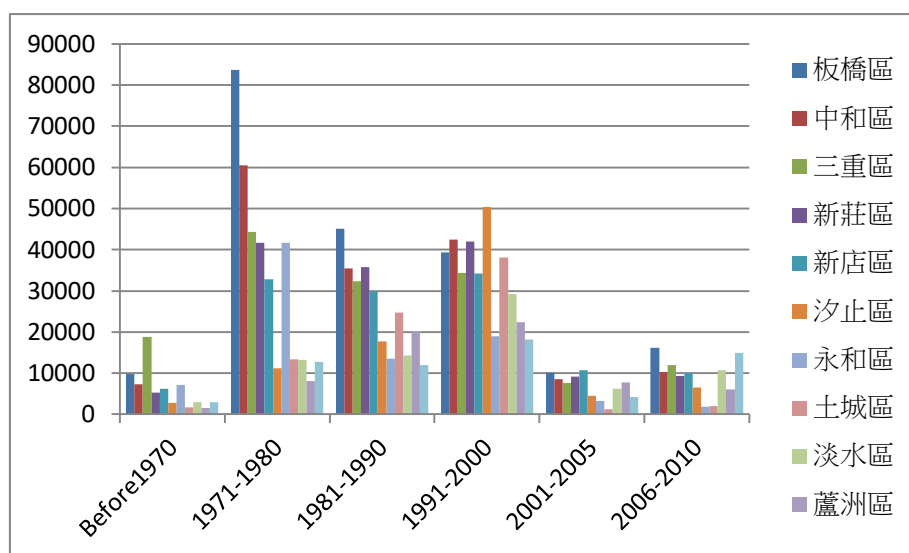


圖 3-3-4 新北市各區住宅之竣工年份數量圖(單位：間)

資料來源：行政院主計處(2011)。中華民國 99 年臺閩地區戶口及住宅普查調查報告。

最後再照圖 3-3-5，雖在 1970 年以後，台北縣各區有起伏變異。但在累積總量而言，板橋仍縣內內每一個階段住宅累積數量最多的地區。同時，隨著行政與交通機能的發達，板橋地價為全縣表現最佳，為全縣地王所在。在人口規模、住宅數量和地價指標中，板橋皆為全縣核心位置。

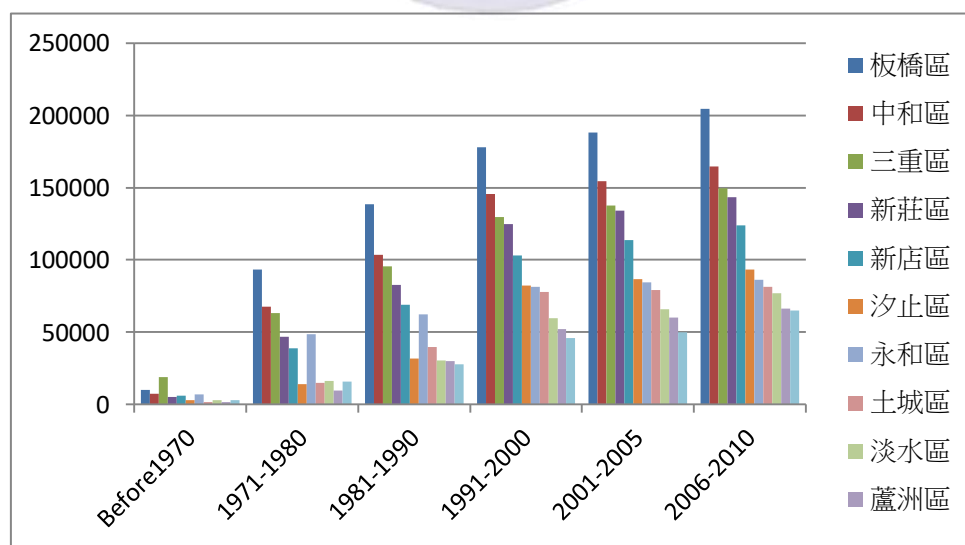


圖 3-3-5 新北市各區住宅之竣工年份累積數量圖(單位：間)

資料來源：行政院主計處(2011)。中華民國 99 年臺閩地區戶口及住宅普查調查報告。

(四)板橋的第二級產業活動與都市階層

過去的帶動板橋都市化的製造業，也隨著都市發展漸趨萎縮。板橋工業區主要分布於縱貫鐵路與中山路間三民路之沿線(埔墘工業區)、中山路與漢生東路交叉口、菸酒公賣局板橋酒廠、四川路三段與南雅南路二段(遠東紡織廠)和信義路沿線(四汙頭工業區)。而在都會區的產業轉型和土地炒作誘因下，這些工業區面臨產業升級或新開發之壓力。1999 年的調查中，板橋工業區中土地利用以商業用地(32.12%)、空地(11.73%)、住宅用地(9.94%)等土地利用為主，超過了紡織業用地(15.63%)。²⁰³可知工業區使用現況不符合需求，導致過半土地皆為其他土地利用。

表 3-3-5 中是六座新北主要城市的第二三級產業資料，觀察板橋的都市機能與政府規劃的關聯。以工業區數量觀察：新店數量最高、板橋居第二。但數量未必能代表工業規模，再以工業區面積資料：則以三重面積最大，中和居次，新莊第三，新店第四，板橋實際工業區面積不大。而工廠廠房面積、廠區面積數字亦和工業區總面積排列相近。

從以上資料，得知新北市主要城市中，製造業機能相對顯著為：三重、新莊、中和、新店四個區。政府規劃中，亦將新莊、三重劃設出最多的工業區，實際上的工業區、廠房和廠區土地面積亦大。而中和、新店在新北市內的地緣因素，都納入了板橋溪南都心區域內，實際上製造業數值仍高。而板橋和永和的第二級產業土地面積低，代表製造業機能已弱化。

²⁰³ 台北縣政府(1999.04)。變更板橋都市計畫(工業區分類專案通盤檢討)案計畫書。

表 3-3-5 新北市主要城市工業區統計資料(2017 年)

行政區	板橋	三重	新莊	永和	中和	新店
工業區名稱	三民、中山、民生、遠東通訊	三和、中正北路、頂崁	西盛、化成	無	二八張、興南	安光、安坑、安和一區、安和二區、竹林、寶橋、中正
工業區總數 (單位：座)	4	3	2	0	2	7
工業區總面積 (單位：公頃)	42.4995	226.1245	137.5467	0	183.4289	109.8682
工廠廠房面積 (單位：公頃)	15.0991	61.2002	114.9609	0.1015	96.1866	48.9474
工廠廠區面積 (單位：公頃)	15.2038	66.4768	169.0198	0.3694	57.3686	68.1495

資料來源：新北市工業用地供需服務資訊網：

<https://www.cfgis.ntpc.gov.tw/ntland/InduPark/List.aspx>

、中華民國 106 年新北市經濟發展局統計年報。(2018 年出版)

(五)板橋的第三級產業活動與都市階層

而板橋在製造業的下降，是否第三級亦為新北市內最佳？具有產業轉型的樣貌？在表 3-3-6 觀察台北縣各主要城鎮產業活動，板橋在工廠數低於新莊、三重、中和、新店等縣內主要城市；但金融機構數量，則高於三重、新莊、永和、中和和新店。代表相較於縣內各城市，板橋的產業轉型特徵最明顯，由製造業走向第三級產業，為發展最佳的特徵。

表 3-3-6 新北市主要城市發展指標表(2000 年)

行政區	板橋	三重	新莊	永和	中和	新店
人口數 (單位：萬人)	52.90	38.22	27.21	22.80	39.81	26.82
登記工廠數 (單位：家)	1007	3668	4995	141	3209	1722
金融機構數 (單位：家)	104	79	70	43	53	35

資料來源：台北縣統計要覽。第五十期：民國 89 年。

再進一步比較表 3-3-6 與表 3-3-7 分析從 2000 年到 2017 年各區產業發展的轉變。新莊、三重和中和的工廠數量出現下降，但數量仍高，這三個行政區的製造業機能仍顯著。永和工廠數量下降，金融機構略增，但因土地狹小，高度仰賴台北市，發展缺乏本身性未能超越板橋。新店亦有轉型的特徵，但金融機構數量仍低於板橋。到了 2017 年，板橋工廠數仍持續下降；金融機構數目亦有提升，仍為全新北市之冠。故板橋仍是全新北市中，產業轉型與升級最顯著的地區，未被其他地區超越。

表 3-3-7 新北市主要城市發展指標表(2017 年)

行政區	板橋	三重	新莊	永和	中和	新店
人口數 (單位：萬人)	55.14	38.74	41.65	22.25	41.35	30.20
營運工廠數 (單位：家)	529	2476	3706	16	2361	907
金融機構數 (單位：家)	130	87	90	47	71	53

資料來源：中華民國 106 年新北市統計年報，新北市政府主計處編印。

再以第三級統計資料，選擇階層較高的幾個產業為指標分析，包含：金融保險業、住宿餐飲和專業科學及技術服務業。(表 3-3-8)板橋為新北市主要城市中，

各項與總量規模最為龐大，象徵第三級產業最為發達。

「曾被稱為『精品沙漠』的新北市，將首度有 12 大精品，在 10 月後進駐新北市板橋區遠百中本購物中心。……包括：愛馬仕、卡地亞、GUCCI、YSL、Bottega Veneta、Ferragamo、TOD'S、LOEWE、COACH、蕭邦、萬寶龍、OMEGA，其他許多二線國際品牌，也是第一次進駐新北市。」²⁰⁴精品屬於高級中地物，必定選擇交通便利、人潮眾多、消費力強的位置。

「新北市身為全台人口最多的縣市，過往卻沒有精品進駐，精品業者坦言，新北市過去沒有成熟的商圈，且多數居民仍習慣往北市消費，認為沒有設點的必要。新北市升格後，新板特區態勢逐漸完成，吸引許多中產階級選擇在板橋、中和、土城購買房子，形成新興消費力。」²⁰⁵相較於衛星都市階段，消費需仰賴核心都市。2011 年後，精品產業第一次進軍新北市板橋，帶動成為副商業消費中心，象徵板橋發展已具有副都心的樣貌。

表 3-3-8 新北市主要城市第三級產業統計資料表(2017 年)

單位：家

行政區	板橋	三重	新莊	永和	中和	新店
金融保險業	76	47	53	66	41	25
住宿餐飲	1635	1032	931	797	1094	664
專業科學及技術服務業	470	306	224	190	349	211
共計	2181	1385	1208	1053	1484	900

資料來源：中華民國 106 年新北市經濟發展局統計年報。(2018 年出版)

(五)政府力量的行政位階與規劃

1990 年後，台北縣人口已超過三百萬。對照 2007 年通過的〈地方制度法〉修改條文，人口達兩百萬，則先改制為準直轄市，而後將改制為直轄市。2009 年，台北縣、台中縣市和高雄縣市改制升格成功。在 2010 年台北縣正式升格為

²⁰⁴ 顏甫珉(2011-04-02)。12 大精品 10 月進駐板橋遠百。聯合報，B2 版。

²⁰⁵ 顏甫珉(2011-04-02)。12 大精品 10 月進駐板橋遠百。聯合報，B2 版。

直轄市後，更名為新北市。

升格最大優勢，在於財源增加，更能提升地方發展。「台北縣在升格前，包含 29 鄉鎮市在內，歲出預算是 1447 億，而在升格成新北市後，歲出預算約 1550 億。」²⁰⁶台北縣升格為新北市，正式成為直轄市五都之一，增加了 103 億財源，是五都中增加最多的地區。「捷運板橋站周遭，為正新板特區，享有新板特區各種優勢，房價漲勢頗為驚人，自農曆年後至今已超過兩成。」²⁰⁷普遍預期在財源挹注下，得以增加地方建設，因此吸引資金湧入。大衛哈維認為資本面臨危機時，透過地理擴張，以解決資本過度積累的問題。²⁰⁸王文誠亦指出：台灣五都的設立，是國家為解決資本積累矛盾的暫時性手段。²⁰⁹在此脈絡下，新北市得以行大規模之建設，亦讓資本流進了板橋。

板橋市志將板橋自民國 90 年代後的急速發展，視作政經中心的代表。從區域計畫到都市計畫中，似乎可窺見新北市的迅速發展。(表 3-3-9)新北市作為環繞臺北市的環狀區域，人口規模龐大，發展重心以溪北、溪南區為主。

表 3-3-9 北北基發展空間脈絡—台北首都圈發展目標

行政區	目標	機能
臺北市	創新	國家政經中樞
新北市	嚮居	國際嚮居之都
基隆市	休閒	休閒港灣城市

資料來源：新北市政府(2017.12.19)，《新北市區域計畫》。

民國 106 年(2017)「新北市區域計畫」²¹⁰中，新北市劃分為溪北都心策略區、溪南都心策略區、三鶯策略區、北觀策略區、汐止策略區、東北角策略區和大鵬

²⁰⁶ 新北 QA 網：<https://qa.ntpc.gov.tw/default> (檢索日期:2019/3 月)

²⁰⁷ 黃啟菱(2009-11-14)。捷運板橋站 受惠升格效益。《經濟日報》，B2 版。

²⁰⁸ David Harvey(2010)。資本的空間：批判地理學芻論(*Spaces of Capital: Towards a Critical Geography*)(王志弘、王珣民合譯)。台北：群學。(原作 2001 年出版)

²⁰⁹ 王文誠(201106)。邁向全球城市暨區域治理？臺灣新五都不均地理發展考察。《中國地理學會會刊》，第 46 期，37-50。

²¹⁰ 新北市政府(2017.12.19)。《新北市區域計畫》。

翠策略區等七個區。板橋區主要屬溪南都心策略區，該區包含了：板橋東部(不含大漢溪以東的溪州地區)、中和區、永和區、土城區和新店北區。以規劃策略中可知，是將板橋(溪南)與新莊(溪北)視作新北市內雙核心發展，

新北市長期作為臺北市外圍衛星都市發展，到近年來亦維持半邊陲的地位。在民國 106 年(2017)「新北市區域計畫」²¹¹中，新北市政府指出新北城市發展的主要目標以嚮居一居住機能為主，暗喻新北市圍繞著區域核心臺北市進行發展。當臺北市扮演主導全國政治和經濟的角色，新北市則擔任以分散核心都市的居住機能。(表 3-3-10)

表 3-3-10 北北基發展空間脈絡—大河三都心

大河三都心分區	範圍	機能
臺北市都心	臺北市區	國家政經中樞
溪南都心	板橋、中和、永和、土城、新店	人文商務中樞
溪北都心	新莊、三重、蘆洲、五股、泰山、北樹林	產業創新中樞

資料來源：新北市政府(2017.12.19)，《新北市區域計畫》。

未來規劃中，板橋在新北市中扮演溪南都心的核心節點，主要以人文商務中樞機能；新莊則為溪北都心核心節點，以產業創新中樞機能。延續著戰後板橋為居住機能；新莊為工業機能的傳統。從規劃中，亦可見板橋未能成為台北都會區的政治與經濟核心位置，為屈居分散台北都會的居住功能。

(六)政經中心抑或副都心？板橋與台北市的關係

板橋 2000 年後，隨著產業轉型後，確實脫離衛星市鎮的型態。然而屬於政經中心抑或副都心？在市志的論述：「板橋市近十年已發展為『淡水河西岸的行

²¹¹ 新北市政府(2017.12.19)。《新北市區域計畫》。

政中心』、『區域性的樞紐』、『工商服務業就業中心』、以及『地區性的文化休閒中心』。²¹²藉由台北縣府大樓、新板橋特定區域、製造業轉型升級、新興高級服務業、文化中心和林本源邸古蹟保存等發展指標，說明板橋已成為台北都會區市民的各項中心所在地。再對照上述的政府規劃，將新北市定義為「國際嚮居之都」的地位，已可見板橋不是台北都會區的政經中心。

然而，從政治層面觀察，在直轄市與周邊縣市間，經濟發展、衛生醫療、交通運輸、環境保護等議題，其發展差距不斷的加深，造成行政區域切割了地方產業與生活圈，阻礙地方整體的發展。²¹³台北都會區在一個直轄市(新北市)包圍另一個直轄市(台北市)，空間意義不是互補而是競爭。²¹⁴在國家資源分配與地方政治勢力間，新北市成為直轄市，雙北仍面臨地方各種資源的爭奪競爭。

兩個直轄市亦有合作的面向，例如：新北市政府與台北市政府協議，晚會活動藉由分流以避免人潮分散。2011 年開始，台北市舉辦跨年晚會，新北市則主辦耶誕活動。²¹⁵當新北市崛起，逐漸轉型為第三級產業時，板橋作為新北市的政治、經濟與交通中心，是主要節慶之舞台所在地。

綜合上述，當板橋在區域計畫和新北市區域計畫中，佔有重要的經濟、交通和政治地位。直接升格的新北市，已經擁有 33 層樓高的市政中心，便於資本家資本固著於新板特區，並分享臺北市邁向全球城市的中地外溢及涓滴效益。²¹⁶高級零售業進駐新板橋特定區域，屬於擴點至新北市，正是吸納台北市的剩餘資本的證據。當代的板橋確實為新北市的政經中心，故在節慶活動中，可見新北市與台北市的雙子都心的競合樣貌，板橋在其中扮演關鍵空間角色。然而實際上資本的流動與積累，仍以台北市為核心，台北市亦吸納其他新北區域的消費就業。

副都心意涵為僅次於核心都市的都市中心，但高於其他地方中心。從本節中，

²¹² 台北縣板橋市公所編(2009)。《板橋市志三編》。台北：板橋市公所。頁 550。

²¹³ 林水波、李長晏(2005)。《跨域治理》。台北市：五南。

²¹⁴ 王文誠(201106)。邁向全球城市暨區域治理？臺灣新五都不均地理發展考察。《中國地理學會會刊》，第 46 期，37-50。

²¹⁵ 陳至中(2011-11-08)活動達共識-新北耶誕北市跨年。《雅虎新聞》。(檢閱日期：2019/3 月)

²¹⁶ 王文誠(201106)。邁向全球城市暨區域治理？臺灣新五都不均地理發展考察。《中國地理學會會刊》，第 46 期，37-50。

已確立板橋在新北市各區中具有核心地位。故板橋應為新北市的政經中心，但屬於台北都會區的副都心地位。



貳、板橋前站與後站地區的發展

板橋前站與後站的地名意涵，來自板橋舊火車站的相對位置。前站地區，從地圖中可見，以板橋舊火車站(今日：捷運府中站)為中心，範圍是挹秀里、流芳里火車站前一帶地區。而廣義的前站地區，再包含了赤松里、留侯里與黃石里，因在清代歷史發展中，這五里為貨品集散地與交易中心，具有不可分割性。

後站地區，範圍以最為熱鬧的中山路一段為中心，與其後解決後站擁塞問題，將公車站牌移置館前東路，連帶帶動的館前東路、重慶路地區，這三條道路為主軸的區塊作為後站地區。故以行政區劃分：後站地區包含了鄉雲里、景星里和福丘里三里的部分地區。(圖 3-3-6、3-3-7)



圖 3-3-6 板橋區舊火車站前後站地區地圖 (比例尺 1 : 23285)

資料來源：新北市民政局網站(檢索日期:2019/2 月)

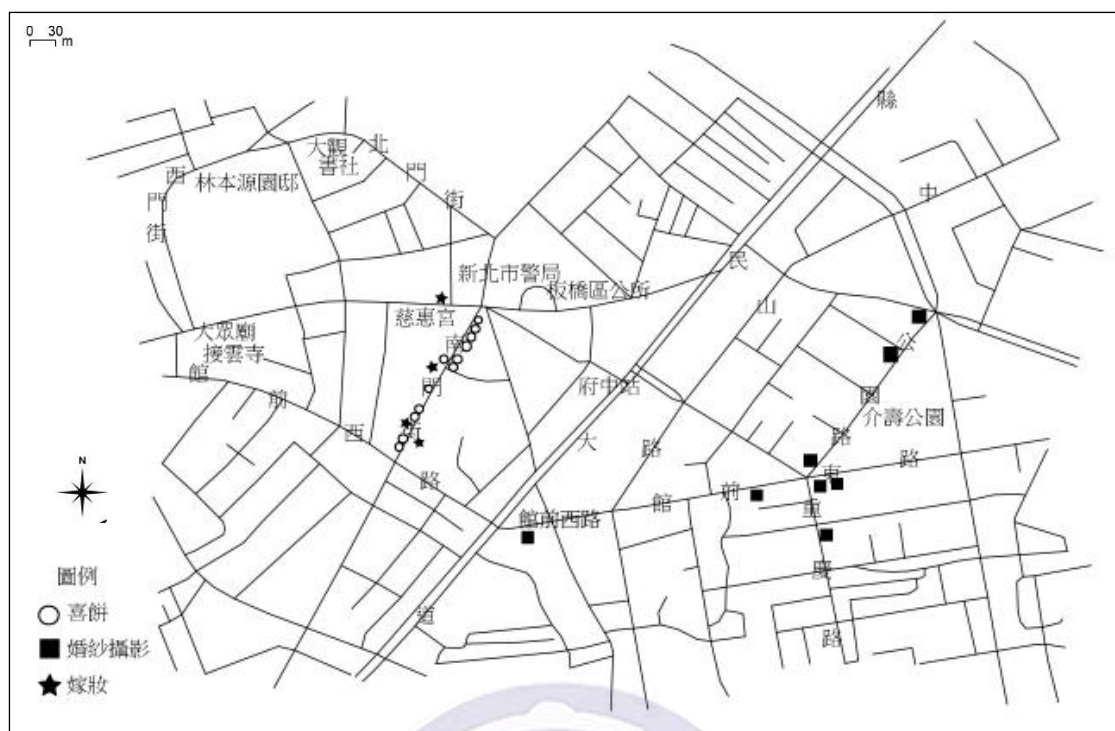


圖 3-3-7 板橋前站後站地區喜餅與婚紗攝影業分布圖

資料來源：本研究調查、繪製(2018/10 月)

一、衛星市鎮時期(1945~1980 年)

戰後板橋從農業轉型為工商業機能，板橋逐漸從農村轉型為衛星城市。此時火車站前的前站地區，發展最早為人口最密集的區域。都市計畫中，大致維持日治的都市計畫樣貌，前站土地被劃做機關用地、商業區與公園綠地。後站地區為商業區和公園用地。

戰後的綠地是維持日治的都市計畫樣貌，清代興築的林本源邸為舊市街核心地區，然而在日治後期已受到破壞，而戰後又湧入外省籍移民，曾經高達達一千人入住，損壞更為嚴重。在 1967 年調查仍有 205 戶違章建築²¹⁷，直至 1980 年前，林本源邸仍未修復。

根據赤松里里長張仁義口述，日治末期到戰後 1960~1970 年代的府中路街市

²¹⁷ 台灣省都市計畫委員會(1978)。板橋修訂都市計畫古蹟保護區(林家花園)變更都市計畫案。

發展：「府中路有成美嫁妝禮品寢具、廣濟中藥、雜貨、漁行、新來興、全興酒家、張天憐小兒科、蔘藥行、中醫……」。對街主要商店有杏花村酒家、旗袍店、鐘錶店、餅店、理髮廳、乞仔師西服、松竹林、皮鞋店前紅豆湯(後改為藥局)、三角窗百貨、素食咖啡廳……等。」²¹⁸再從地名探究當時地景相貌，板橋於 1946 年新設 20 里，並新命里名。前站地區的地名中，可窺見當時產業活動：流芳里的大東街販售壽器、挹秀里為公家機關聚集處。²¹⁹而赤松里、留侯里與黃石里，則是取自中國文化的張良事蹟與中國地名，作為新政權的馴化之用。從文字與討照片(照片 3-3-1)說明了戰後的前站地區，街區出現商業活動的聚集。



照片 3-3-1 板橋前站地區府中路、東門街與南門街街景(1970 年代，依序由左至右)

資料來源：板橋市志三編，頁 177。(高傳棋提供，攝影者不明)

²¹⁸ 徐麗霞(2013)。板橋人說板橋事。新北：新北市政府。

²¹⁹ 盛清沂、吳基瑞(1988)。板橋市志。台北：板橋市公所。頁 21-23。

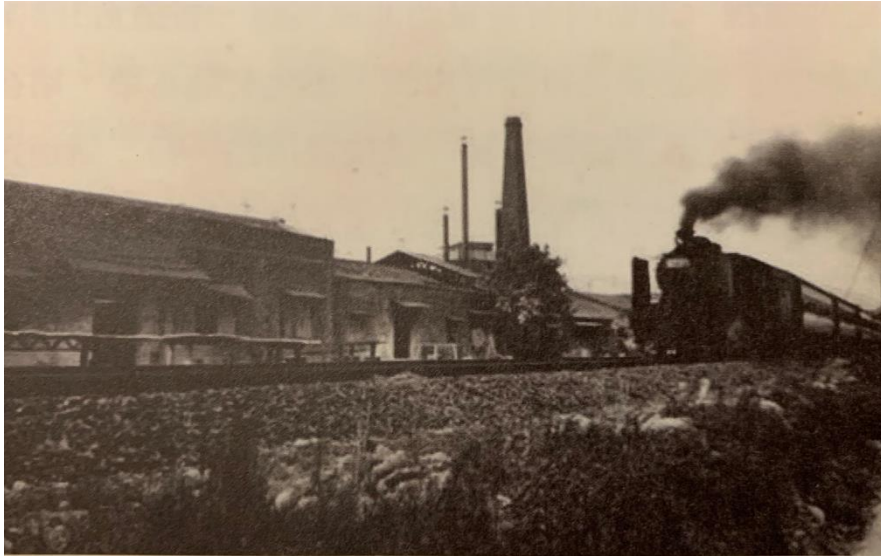


圖 3-3-8 板橋區舊火車站前後站地區都市計畫圖(1973)

資料來源：板橋市都市計畫案

後站地區在日治時期未見繁榮的商業活動，輕便車載送中和、土城的煤礦，在後站地區中山路一段為海山煤礦放置煤炭的位置。²²⁰對照日治時期台灣堡圖、口述歷史資料與老照片，日治到戰後初期後站地區的土地利用，應為農業用地漸為工業用地。(圖 3-3-8、照片 3-3-2、照片 3-3-3)

²²⁰ 台北縣板橋市公所編(2009)。《板橋市志三編》。台北：板橋市公所。頁 550。



照片 3-3-2 板橋火車站老照片(1965 年以前)

資料來源：板橋市志三編，頁 244。(廖心銘攝影)



照片 3-3-3 板橋後火車站焦煤廠女工工作老照片(1957 年以前)

資料來源：板橋市志續編，頁 244。(廖心銘攝影)

戰後，鄉雲里和景星里的地名，代表歡慶光復之意義。福丘里為深丘里分出，依境內福德宮和坡地起伏命名。²²¹在 1953 年的新聞中指出，「本鎮第二屆第

²²¹ 盛清沂、吳基瑞(1988)。板橋市志。台北：板橋市公所。頁 21-23。

一次代表會嗣通過：建議增設板橋火車站後站」²²² 1967 年則有紀錄：「施工營建地下道工程地下道路線，是從前站通往後站」依據資料判斷，1953 年板橋後站地區開始修建，亦未有高級零售業進駐之紀錄，發展仍落後於前站地區。

此時期前站核心性較強：接雲寺、府中路上的慈惠宮，為板橋人的信仰中心。而板橋的街市發展，應與慈惠宮有著密切關係。²²³前站地區從日治到戰後是行政機關所在，是行政、商業機能最強的區域，為板橋的核心地區。

二、衛星市鎮轉型階段(1980~2000 年)

縱貫鐵路由東北向西南貫穿板橋，通過埔墘到市中心地區。寬約十公尺的鐵道，在舊市中心阻隔了鄰近的空間，出現了發展有別的前站與後站地區。1987 年的〈變更板橋都市計畫(第一次公共設施通盤檢討)案〉，指出板橋主要商業區範圍：「位在板橋火車站舊市區內，分布於南門街、南雅南路一段，中山路二段及四川路一段之兩側地區分布呈面狀發展。」南門街、南雅南路一段，屬於前站地區；中山路二段和四川路一段屬於後站地區。從都市計畫中，說明了此時期前站與後站地區，都是全市的主要商業區。

而火車站地區的前站後站地區，出現核心轉移的現象。在鄭俊明調查資料中顯示，平常日的後站地區人潮較多，周末前後站地區人潮相近。²²⁴這些資料顯示板橋舊火車站周遭的人潮，是由火車、台汽、公車等運輸設施帶來的。在台鐵每日流量計算，板橋站高達五萬人，板橋車站商圈已為全縣的商業重心。

在火車站前站地區，交通的便捷帶來許多工商活動。「早在各證券商於板橋市買地籌設階段，板橋市長張馥堂就立即向熟識的證券商股東要求，千萬不要把號子擺在火車站前後的商業區，但證券商在衡量條件後，都不約而同選擇板橋市交通痛點-火車站前—設立。……由於三家證券商相距不到一百公尺，擠在一起

²²² 板橋鎮代會 通過各提案(1953-05-18)。聯合報，04 版。

²²³ 徐麗霞(2013)。板橋人說板橋事。新北：新北市政府。

²²⁴ 鄭俊明(1989)。車站附近商業活動交通旅次特性之研究—以板橋後火車站商圈為例。台灣大學土木工程研究所碩士論文。頁 34~46。

後，將來開業時的投資客戶車輛，將助長當地交通更形惡化。」²²⁵說明了板橋前站的位置條件優良，工商活動發達，但也有嚴重的交通問題。板橋在車站帶動都市發展後，舊市區的土地空間顯然不足，引發缺乏停車場、道路狹窄的問題，為早開發地區空間設計未能符合需求所致。

「台北縣板橋市最熱鬧的後站商業區，兩年前被警方以整頓交通為由，把中山路改成單行道，遭致兩旁商店抗議，認為會影響生意，未料這項措施，不僅沒像商家預料，反而帶來更多人潮，連帶使一百公尺外新設公車站牌地區的商業價值大為提高。」²²⁶板橋核心地區—後站地區商圈，並未隨著畫作單行道與公車站牌遷移，帶走商圈人潮，反而從商圈從中山路一段拓展到館前東路與重慶路上。

「於單行道管制措施，把泰半的交通流量移往其他地區，使消費者有更多的遊走空間，不少新興業者看中這項優越條件，擠破頭要到這一地帶開店營業，無形間提高後站的商業地位。」由於行人徒步空間變大，商業空間達到擴展，反使得後站商圈更為繁榮。亦不可忽視在居住衛星市鎮的大量居民，在生活水準提高下湧現的消費需求。(照片 3-3-4)

「毗鄰板橋商圈的板橋市介壽公園附近，目前正潛伏著一股建立新商業與金融業區域的威力。……由於板橋現有商圈已過度擁擠，毗鄰的介壽公園附近，附帶的機關與公共設施多，是可激起板橋商圈擴展領域到此一地帶的可能。……台灣汽車客運的路線及車次有明顯增加，再因電信局也搬到介壽公園旁，及縣警局、調查站與憲兵隊都設在此一地區」²²⁷這篇房地產宣傳的新聞中，指出了後站商圈的高密度發展，並認為介壽公園亦可因客運運輸、公共機關設立，可能被納入後站商圈擴展的範圍。表示了 1990 年的後站商圈的介壽公園一帶，發展密度並不高。同時，鄰近的房地產宣傳中，常以後站商圈作為宣傳。象徵 1990 年以後，板橋後站商圈趨成熟，在房地產業者推波助瀾下，藉由鄰近板橋市中心，拉

²²⁵ 板橋三家新券商湊在一塊兒 停車問題頭痛時間(1988-08-29)。經濟日報，03 版。

²²⁶ 單行道 意外帶來人潮 板橋後站商區 身價增(1988-04-02)。經濟日報，07 版。

²²⁷ 郭維邦(1990-01-12)。介壽公園附近氣勢已成 板橋新商圈「若隱若現」。經濟日報，17 版。

抬板橋後埔、重慶和中和地區的地產價值。



照片 3-3-4 板橋後站館前東路街景(推估為 1990~1997 年)

資料來源：板橋市志續編(1997)

相較於前站舊市區的空間狹窄，後站地區尚可將商圈自中山路延伸至重慶路，發展空間更為足夠。後站地區擁有腹地擴大商圈範圍，使後站商圈漸趨繁榮。板橋地王一土地公告現值中最高處，在 1997 年位在中山路一段與重慶路交叉口。後站商圈，至 2002 年連續七年蟬聯板橋地王，象徵都市內的核心位置—車站的核心位置已轉移至後站地區。

三、台北都會區副都心階段(2000 年~至今)

2000 年後的板橋，儼然成為台北都會區的副都心。其中是以新核心地區——新板特區帶動，板橋新站的交通機能不斷強化，三鐵在此階段陸續開通：2000 年台鐵板橋站通車，捷運板橋站在 2006 年開通，高鐵板橋站於 2007 年啟用。2001 年，台北縣政府大樓再遷移至新板特區。

隨著交通、行政和商業活動的外移，都顯示板橋前後站地區，逐漸退縮了中地機能，成為地方型商圈。故 2000 年前後，也是板橋核心開始轉移的階段。舊核心區域—板橋舊火車站地區，因歷史發展久遠腹地狹小，加上交通問題，已出現了發展危機。隨著板橋車站的遷移，使得高級零售業遷離後站地區，核心已逐漸轉移。

板橋車站的遷移計畫，顯著衝擊了舊商圈的發展。板橋後站商圈原本是台北縣最繁華的商業區，中山路、重慶路口長期以來一直是台北縣的地王。板橋火車站，保守估計為商圈帶來每日約五萬以上的人潮。然而在 1999 年因車站遷移，隔年遠東百貨搬離，連帶許多商店撤出。在 2000 年 7 月，後站地價已下跌兩成(圖 3-0 介壽段)，是後站商圈的黑暗期。到 2002 年，雖然全台北縣地價最高的仍是板橋市舊火車站後站的來來服飾店大樓，地價每平方公尺卅五萬餘元、即每坪一百一十五萬七千餘元，但因新板橋火車站啟用，「地王」身價比起三年前，每坪跌幅已達三成。2003 年後，新站地區已超越後站地區(萬坪公園)成為地王，同樣在新站地區的雙子星大樓段，蟬聯地王至今已為十連霸，新站地區已成為板橋不可撼動的核心位置。(圖 3-3-9)

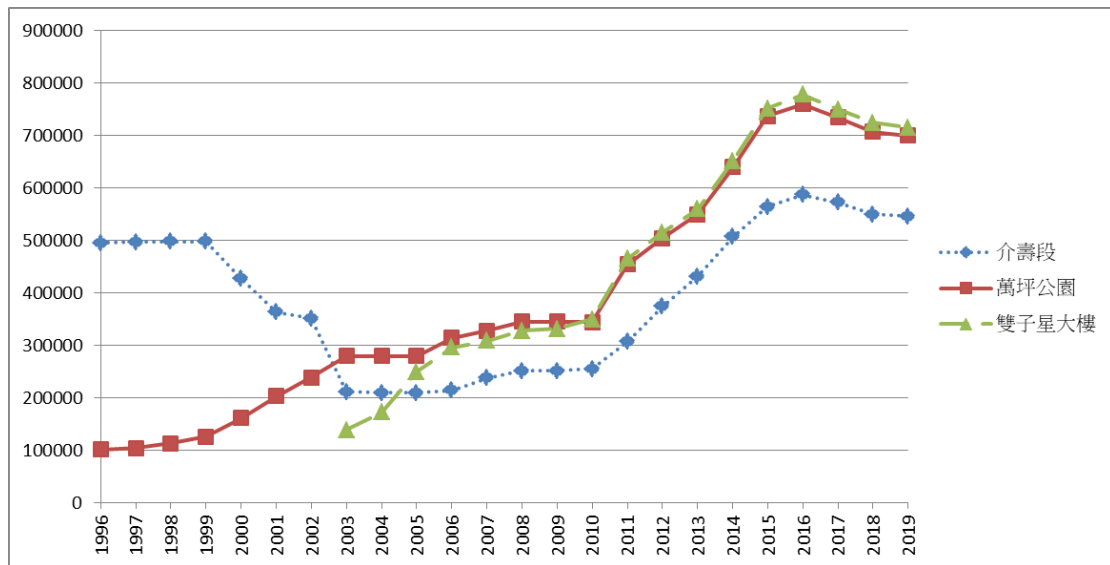


圖 3-3-9 板橋地王地段與公告現值表(1995~2018 年)(單位：新台幣)

資料來源：新北市板橋地政事務所網站：

<https://www.banqiao.land.ntpc.gov.tw/ch/index.jsp> (檢閱日期：2019/03 月)(本研究繪製)

2000 年以前，板橋前後站地區是以鐵路帶動的商圈。在車站遷移、鐵路地下化後，原本以路面鐵道切割的東西兩塊，彼此易達性增加，區域的界線越顯模糊。「對舊站來說，一年後縣政府遷到新站特區，會是另一個衝擊，林煒竣認為前後站的發展要有所區別，前站有林家花園，加上南門街是喜餅街，應該維繫傳統文化。未來舊站商圈可以傳統、可以新潮，就以縣民大道為界線，宜古宜今，是個老少咸宜的去處。」²²⁸後站商圈景觀發展協會會長的眼中，開始將邁向衰退的舊車站商圈整併為一個商業區塊，透過前站的文化傳統和後站的年輕商業活動彼此分工合作。2002 年，舊鐵路軌道改為道路—縣民大道通車，將日治以來鐵路切割的前後站再度連結起來。

前站與後站相較，以行政機能為主，未如後站地區有高集中地帶動的蓬勃商業活動。2001 年，台北縣政府遷移至新站地區後，前站地區衰退更為顯著。「板橋火車站遷移到板橋新站後，舊火車站周邊商機頓時消退，街道冷清，不僅影響

²²⁸ 唐復年(2000-11-20)。林煒竣讓板橋後站 又見春天：中山路人潮重現 奔走有代價 他要再創台灣秋葉原。聯合晚報，14 版。

政府稅收，也造成治安問題。……縣政府對面的府中路早先人潮洶湧，如今人群移往板橋新站，府中路的商店營收不夠付房租，不少商店關門移到別地經營。」²²⁹前站地區，在台鐵搬遷後，公車、客運的轉乘隨之人潮減少，確實受到車站遷移的衝擊。前站雖然屬於全縣最發達的商圈前站區域，但未有高級零售業的支撐，蕭條情況更為顯著。

過去的商業核心後站地區，衰退越趨明顯。「板橋後站商圈去年七月後，因板橋火車站遷移，致商機消退，廚藝讚餐廳董事長林煒峻等人組成板橋市商圈發展協會，要配合政府推動商圈再造。他關心後站商圈未來的榮枯，認為未來要鎖定消費客層，青少年客層是帶動後站商圈再繁榮的主力客。」²³⁰在 2002 年，是後站商圈最後與新站地區的拉鋸，後站地王七連霸。但顯然大勢已去，在高級零售業的撤出，已衰退為地方型商圈。

「板橋後站商圈受到遠東百貨板橋店封館及不少商店陸續撤離，商機蕭條，板橋市商圈發展協會理事長林煒峻昨天說，後站商圈店面租金已降了二成，土地公告現值也調降一成。」遠東百貨最初在後站商圈(中山路上)設立了兩家百貨分店：一間為板橋中山路分公司(1993~2000 年)——位在今日 world gym 世界健身俱樂部址，另一間是板橋分公司(1994~1998 年)——位在今日板橋誠品店址。在火車站遷站後，2000 年再收起後站商圈舊店家，改集中經營靠近新板特區的新館(2000 年~至今)。而中山路一段 46 號從遠東百貨，改為誠品百貨接手，經營至今。

「捷運板橋線延伸至新埔站已通車，板橋市與西門町距離又拉近了，對因火車站遷移而沒落的原後站商圈無疑雪上加霜。商圈發展協會極力建議將中山路改回雙向道，另外也將有戰略高手網路咖啡及太平洋 T_ZONE 等店進駐，業者有信心捷運帶不走青少年消費族群。」說明了板橋車站商圈，在車站遷移和捷運通車下的雙重衝擊，帶走商家和人潮。新埔站的通車帶走板橋內部的消費人潮，也意味板橋舊車站商圈，位階低於西門町商圈。

²²⁹ 陳燕模(2000-10-19)。居民盼縣府協助規劃 再造商機。聯合報，18 版。

²³⁰ 陳燕模(2000-03-28)。「台北地下街」明啟用 馬英九按鈕。聯合報。

雖然不可忽視，在 2006 年捷運府中站通車後，後站商圈帶來新的希望。從圖 3-0 中，可以觀察到 2006 年後，板橋後站地王開始止跌回升，至 2018 年雖然低於新站地王，但亦隨之爬升。過去扮演高級零售業的舊核心後站地區，在遠東百貨遷移後，僅存誠品百貨為最高級商業活動。昔日由高級零售業帶動的後站商圈，改以資訊 3C 商場做為商圈經營方向。地方政府與在地業者，雖嘗試藉由年輕族群與 3C 發展方向，提升商業位階。然而這樣的爬升，似乎未能達到區域中心的階層。在缺乏高級零售業的進駐，舊車站商圈難以跳脫地方型商業中心的地位。



第四節 板橋地區婚禮產業與都市發展

透過上節板橋戰後區域發展歷程探究，分作衛星市鎮階段(1945~1980 年)、衛星市鎮轉型階段(1980~2000 年)和台北都會區副都心階段(2000 年以後至今)。板橋的婚禮產業形成於衛星市鎮轉型階段(1980~2000 年)，而清代的經濟活動、市街發展、日治的鐵路交通和都市規劃等因素，形塑了舊市區風貌，成為婚禮產業坐落的舞台。

壹、南門街的喜餅產業的發展

一、南門街喜餅業的發展

本研究以經濟部商業司的工商業登記資料為基礎，依時間序列，排列出南門街上糕餅產業的經營起始時間。由於資料未盡完善，部分業者僅作創始店的商業登記，未有板橋分店的經營時間資料。本研究對此類型店鋪，在店鋪名稱前標示「※」為記號，並以寫出創始本店經營時間做代表，板橋分店應晚於本店開設年代。(圖 3-4-1、表 3-4-1)



圖 3-4-1 板橋南門街喜餅分布地圖

資料來源：本研究繪製

表 3-4-1 板橋南門街婚禮產業開設年份與地址對照表²³¹(依時間順序)

店鋪	核准設立日期(西元)	地址
黃長興號	1971/05/26	南門街 58 號
※金格長崎蛋糕(南門店)	1980/1/3(台北本店)	南門街 35 號
一之鄉股份有限公司-板橋分公司	1988/06/02	南門街 19 號
新東陽股份有限公司-板橋二店分公司	1990/04/03	南門街 18 號
郭元益食品股份有限公司-板橋分公司	1993/05/14	南門街 57 號
※伊莎貝爾	1994/2/4(台北本店)	南門街 36 號
義美股份有限公司-板橋分公司	1996/08/23	南門街 34 號
※皇樓	1997/8/22(台北本店)	南門街 30 號
宏亞食品股份有限公司-板橋分公司	1997/09/24	南門街 29 號
大黑松小倆口	1999(訪談)	南門街 23 號
信芳古早風味餅舖	2003/07/29	南門街 62 號
禮多屋	2006/06/12	南門街 15 號
※御倉屋	2004/8/23(台北本店)	南門街 31 號
喜雀婚禮用品館	2007/07/03	南門街 24 號

資料來源：經濟部商業司²³²

「第一代創始人黃阿長，原為傳承父業以販售米糧兼營雜貨立身，平日亦以自製麵包、油條、花生糖批發，甚得鄰里稱道。適逢中秋時節，爰製豆沙餅、魯肉酥分享應景。因用量實在、風味絕佳、價格公道，以及店門口紅爐烤餅所逸散的香氣，立刻成為地方上耳聞言聽的口碑，也開始了一段綿長延續的製餅歷史。第二代傳人黃石獅遷地南門街，帶動日後『喜餅街』形式的濫觴。」²³³1971 年，板橋南門街僅有一家長興餅舖(商業登記資料為黃長興號)糕餅業者。長興第二代遷入此街區後，因鄰近廟街位置優良，又以現烤出爐的餅作為招牌，吸引不少客人蔚為名店。

其後在 1980 年的金格蛋糕在台北開幕、1988 年的一之鄉在板橋開幕、1990

²³¹ ※代表因商業登記未有板橋分店營業時間，以本店營業時間代為記錄。

²³² 經濟部商業司商工登記公示資料網站：

<https://findbiz.nat.gov.tw/fts/query/QueryBar/queryInit.do> (檢閱日期：2018/10 月)

²³³ 長興餅店官方網站：<http://hcsh-cake.com.tw/changxing.html> (檢索日期:2018/12 月)

年的新東陽開幕。這四間的糕餅食品業者，經營型態是平日的零食蛋糕銷售，並非以婚禮喜餅為主軸之營業型態。1970~1990 年間的板橋南門街，販售商品屬低級中地物，屬於一般的站前零售業街道。

進入 1990 年代，連鎖喜餅大舉進入，南門喜餅街的型態儼然成形。1993 年國內規模最大的連鎖喜餅—郭元益在板橋設店、伊莎貝爾 1994 年在台北開幕、1996 年義美食品進駐、1997 年伊莎貝爾創立中式分支品牌—皇樓在台北營業、同年宏亞食品(禮坊)也進入南門街設店與 1999 的大黑松小倆口在板橋南門街營業。「那時候還有丹比、女兒紅喜餅在這裡。」(受訪者 F，2019 年)將工商登記資料，對照訪談資深店長結果，尚有未列入工商登記資料的丹比公司和花旗女兒紅設立於南門街，共達十一家喜餅業聚集之規模。故 1990 年代中後期的板橋南門街，已成連鎖喜餅的兵家必爭之處，亦有顯著聚集經濟型態。(照片 3-4-1、照片 3-4-2)

在 2000 年以後，部分相關產業再度加入南門街。如 2003 年的傳統餅店信芳餅舖、2006 年的以販售多款進口喜餅的禮多屋、2004 年伊莎貝爾再創旗下日式分支品牌—御倉屋在台北開幕、2007 年在板橋經營頗具名氣的嫁妝店喜雀婚禮用品館開幕。此時的南門街喜餅街，不僅為喜餅同業集中，更吸引了相關異業的進駐，樣態更為完整龐大。

	
照片 3-4-1 南門街街景(推測為 1990~1997 年) 資料來源：板橋市志續編	照片 3-4-2 南門街街景(推測為 1990~1997 年) 資料來源：板橋市志續編

二、南門街喜餅業的聚集因素

在 1990 年代中後期，南門形成業者、消費者與傳媒口中的喜餅街。2000 年，新聞媒體首度出現「喜餅街」一詞，說明板橋南門街的喜餅一條街現象。透過分析板橋喜餅業的開幕時間、都市關係和深入訪談之探究，說明板橋南門街形成喜餅專業街之因素。主要在長興餅舖創立後，受到板橋都市發展因素和聚集經濟等因素影響。

(一)起始：長興餅舖

長興餅舖始於日治期間的 1910 年代，原先位在館前西路與南門街交叉位置。初期經營簪仔店，後習得製餅技術，亦經營糕點店鋪。隨著南門街街道拓寬，黃家前方住家拆遷後，改在鄰接的自家住宅為坐落地點，成為南門街上第一個糕餅舖。(照片 3-4-3、3-4-4)

「我們是這條街(南門街)的第一家，.....早期會做大餅的沒幾間，競爭不會很激烈」(受訪者 H，2019 年)「早期板橋人嫁女兒都是去買長興的餅」(受訪者 F，2019 年)

黃氏家族在清代移民至板橋，呼應都市發展過程，清代板橋都市發展重心位

在枋橋城一帶(前站地區)。世居於此的黃家，在日治時期選擇在家附近開業。長興餅舖是板橋地區早期婚嫁喜餅的首選，是南門街上第一間指標性糕餅店鋪。

隨後的進駐的金格食品、一之鄉和新東陽，是以日常性的商品—食品零售為主，僅形成地方性的食品零售街。「以前這邊離火車站很近，能吸引一些等火車的人潮來買食物。」(受訪者 G，2019 年)說明了板橋南門街的交通區位優勢，是這些食品零售業者的考量因素。此時的規模僅有四家，且為日常性商品為主，選購性不強，尚未成為喜餅街樣態，僅為地方性食品零售的街區。



照片 3-4-3 板橋長興餅舖—遷址南門街

資料來源：長興餅舖黃炯誠先生提供



照片 3-4--4 板橋長興餅舖製餅模具

資料來源：長興餅舖黃炯誠先生提供

(二)板橋都市發展因素

觀察在南門街的喜餅產業，除了傳統餅舖：長興餅舖和信芳餅舖，都為連鎖型喜餅。連鎖型喜餅的區位選擇策略，可從「直營分店位置」看出端倪。本研究列入郭元益、御倉屋、伊莎貝爾(含皇樓)、禮坊、大黑松小倆口、一之鄉和金格蛋糕七家連鎖喜餅業者。考量消費者來源，本研究將宜蘭做為東部地區銷售點，而非一般區域劃分的北部地區。另外，義美喜餅銷售地點為食品零售門市，規模達 111 家，而非其他同業專營糕餅經營型態，故未列入此表。

表中各家連鎖糕餅業者，以北部設點最多，南部次之、中部第三，東部與離島多以當地代理店經營，無設立直營門市。以行政區為單位觀察：出現次數最高的行政區為台北市，達 24 個分店設立。其次桃園市、台中市與高雄市，皆有 11

個分店。板橋，設立了 7 個分店；台南設立 6 個分店；新竹、嘉義設立 5 個分店。觀察這些喜餅分店的數量，正好與都市階層具相關性。但板橋卻超越了更高都市階層的台南市，推估為人口規模影響。(表 3-4-2)



表 3-4-2 台灣七家連鎖喜餅分店分區與區域數量表

店名	區域	北部	中部	南部	東部 與離島
郭元益		士林、基隆、忠孝、台北新光三越 A4(信義區)、中山、三重、永和、板橋、桃園、中壢、新竹	三民、大甲、彰化、員林	嘉義、成功、東寧、新營、中正、鳳山、岡山、屏東	宜蘭
		12	4	8	1
御倉屋		新北板橋	台中三民	高雄中正	無
		1	1	1	0
伊莎貝爾 (含皇樓)		忠孝、士林、板橋、永和、三重、基隆孝二、桃園中山、中壢延平、新竹中正	台中三民、豐原中正、員林中正	嘉義中山、台南東寧、高雄中正、屏東民生	無
		9	3	4	0
禮坊		中山、忠孝、基隆、永和、板橋、三重、桃園、中壢、新竹	三民、豐原、彰化	嘉義、台南、高雄、屏東	宜蘭
		9	3	4	1
大黑松 小倆口		博愛總店、台北 101、微風、士林、板橋、桃園	台中、豐原	嘉義、高雄	無
		6	2	2	0
一之鄉		微風台北、南京、中山、仁愛、石牌、CITYLINK 內湖、板橋、雙和(永和)、三重、新竹遠百、中壢、桃園	台中家樂福(南屯區)、台中新光(西屯區)	高雄中正、高雄夢時代	無
		12	2	2	0
長崎本舖- 金格食品		民生、中華、中山、新光三越站前、新光三越天母、士林、板橋、三重、桃園、中壢、新竹	三民	嘉義、西門、中正店、鳳山	無
		11	1	4	0

資料來源：本研究整理自各品牌官方網站(檢閱日期:2018/10 月)

「集市而居成為不少零售業選擇據點策略，喜餅業尤為明顯，由台北八德路、南京東路到桃園博愛路，台中大雅路，高雄中正路等，都是喜餅業者群聚的市集。」²³⁴在同時期，外縣市也出現喜餅業者集中現象。這篇新聞指出的台北市、桃園、台中、高雄等區域都具備喜餅街樣態，都市階層較高的城市。台灣都市階層較高的城市，有喜餅街的形成。

中地理論中，喜餅做為一生一次消費頻率低的商品，高級商品由高級中心地提供。台北市為全台灣政治經濟中心，擁有最高級的商品服務的最高級中心地，連鎖喜餅設立數量最多(24 個)。而板橋在都市發展中，屬於新北市政治與經濟中心，作為區域最高級中心地，屬區域中心。較周遭新北市市鎮，出現更多的高級商品服務。連鎖喜餅在新北市作區位選擇，在板橋區設立最多(7 個)，其次為三重區(5 個)和永和區(4 個)。其他新北市地區，則需前往大台北都會區中，這些中心地以接受服務。

「當年(指 1998 年左右)各家連鎖喜餅第一名一定是板橋店，台北位置比較分散，我們這邊範圍很大。」(受訪者 F，2019 年)在地經營達二十年經驗的陳店長認為，板橋南門街的服務範圍非常廣，包含了：樹林、鶯歌、土城、新莊、中和、林口、龜山、桃園等地的消費者都是南門街喜餅業者的服務對象。「台北就比較分散，不像我們比較集中，消費者比較好選」(受訪者 F，2019 年)板橋的都市階層雖低於台北市，但喜餅街密集的優勢超越了市中心的其他喜餅街。

(三)喜餅專業街的形成—聚集經濟

「集市而居成為不少零售業選擇據點策略，喜餅業尤為明顯……大黑松小倆口的邱氏鼎公司總經理邱義榮說，喜餅、婚紗業都具有相同的特性，消費者需要藉由比較選購，因此業者很自然的在開店時比鄰而居。」²³⁵

1990 年代中後期，板橋南門街已有十家喜餅糕餅業者，喜餅專業街的規模已形成。聚集(agglomeration)，用於說明工業區位，亦可用於說明商業活動區位

²³⁴ 費家琪(1995-06-17)。集市開店魅力大 婚紗喜餅餐飲等業喜群聚營業。《經濟日報》，14 版。

²³⁵ 費家琪(1995-06-17)。集市開店魅力大 婚紗喜餅餐飲等業喜群聚營業。《經濟日報》，14 版。

特徵。在多數同類廠商的區域集中，形成外部的地方化經濟。透過廠商的聚集，使成本降低或銷售金額增加，進而獲取利潤。對喜餅業者而言，藉由鄰近其他品牌，追求聚集經濟，可以帶來更多消費者前往選購。

1990 年代，主流喜餅業者有：郭元益、超羣、大黑松小倆口、禮坊和花旗公司。²³⁶另外元祖、義美等食品零售業亦有投入喜餅生產。而 1994 年開幕的伊莎貝爾是後起之秀，透過廣告和產品的創新，迅速竄起成為三大品牌之一。其中，郭元益、大黑松小倆口、禮坊(宏亞)、伊莎貝爾和義美，都在 1990 年代後期入駐了板橋南門街。

西式連鎖喜餅，在獲利最為豐厚的 1980 年代，開始選擇連鎖直營店的位址，遵從著同業相鄰的原則。「我們一定選擇喜餅一條街。」(受訪者 E，2019 年)在指標性喜餅業者：花旗女兒紅和郭元益進駐南門街後，伊莎貝爾、義美、禮坊、丹比和大黑松小倆口隨之進駐。這些選購性強的連鎖喜餅業者的集中，使南門街成為台北都會區規模最大和距離最密的喜餅街。2000 年後，仍有同業信芳餅舖、御倉屋和禮多屋進入，更有異業婚禮用品喜雀兩家入駐，喜餅街的規模更為完整龐大。

「早期自取比例比較高，因為祭祖儀式要 6 盒喜餅，客人就會自己來拿，現在儀式簡化了，就直接寄到公司、家裡或飯店。」(受訪者 F，2019 年)過去許多客人提早至喜餅店親取，板橋的交通便利性高，在數次往返需求下，成為優良的區位。「從 1998 年到現在，我們運費都沒甚麼調漲，……，只有很少的客人會讓外縣市親友自己到門市取貨，不過我們會建議親送是比較有誠意的。」(受訪者 F，2019 年)傳統婚俗中，當親友包紅包禮品做為添妝，亦要回贈喜餅作為答謝。大部分喜餅公司都提供了跨縣市門市取貨的服務，然喜餅具有時效性，加上婚俗的誠意表達，僅有少部分的新人，會使用此項服務。受訪者 F 說明，大部分是在門市消費訂貨，而工廠生產後，平均約兩天寄貨一次，讓少部分需要親取的

²³⁶ 張海琳(1991-04-12)。不收權利金也不抽成・只要求銷售產品 大黑松小倆口加盟辦法不一樣。《經濟日報》，11 版。

新人或賓客領取喜餅，說明了門市的集中與消費選購關聯性較強。

故板橋喜餅街地聚集，不全然是長興餅舖單一廠商造成，亦有板橋火車站與公車站的轉運優勢考量，帶動西點麵包連鎖同業進駐。進入 1990 年代，再有郭元益、女兒紅等大型連鎖喜餅企業進駐，促進南門街成為喜餅同業集中，快速發展的專業街區。

戰後台北都會區在不斷膨脹成為全國最大型都會區，板橋在鄰近中心都市台北的位置下，進入工業化與都市化，都市階層逐漸提升。亦漸漸在交通、行政和商業機能中，超越了其他新北市主要城市，成為新北市的政經中心，台北都會區的副都心。

再對照板橋婚紗街與喜餅街的形成時間，為婚紗街早於喜餅街。「我們婚紗街比喜餅街早，我們先來的。」(受訪者 D，2019 年)1990 年代中後期，南門街漸成喜餅專業街樣貌，而後站婚紗街與 1990 年左右已成形。板橋在歷史發展中，漸漸提高服務範圍。交通機能的強化，使板橋舊車站地區商圈於 1980 年代漸趨成熟，吸引婚禮產業的婚紗業者在此坐落，1990 年代已有婚紗街規模。同時 1980 年代，連鎖西式喜餅在蓬勃發展下，1990 年代爭相在台灣各地展店，以增加市占率，1990 年代後期，板橋南門街成為業者集中的街區。

探究板橋喜餅街的形成，首先是因為業者習慣採用透過聚集經濟，使消費者方便選購，形成地區的喜餅街。龍頭地位的長興餅舖形成地方性食品零售街，1990 年代連鎖品牌郭元益、花旗女兒紅隨之進駐後，更強化喜餅街的形象。第二，喜餅為選購性強的物品，亦有板橋的交通便捷的區位考量。鄰近板橋舊車站的位置，加上公車客運系統的設置，擴張了板橋喜餅街的服務範圍，遠至新北西南甚至桃園地區。

貳、後站的婚紗攝影產業的發展

一、板橋後站婚紗攝影業的設立

本研究將婚紗攝影產業，定義為走至「包套服務」型態的類型—包含「攝影」、「禮服租借」與「化妝造型」服務，以區隔傳統照相館營業型態。篩選商業登記資料中，以店舖名稱和所營事業資料中做為判斷基準。而部分商家僅具其中一二者，本研究則視作傳統攝影、攝影工作室、禮服租借或美容造型，未列入本節做探究。

相較於喜餅門市，婚紗攝影公司的經營更為複雜，因此整合不易。在經營上，婚紗攝影未能如連鎖喜餅產業，在全台各地出現三十多家分公司。故就板橋區域的地址搜索—包含重慶路、館前東路與公園路，找出最早經營的婚紗攝影公司。

考量婚紗攝影店轉手多次，表 3-4-3 同地址合併(公園街與公園路為同路段)，再以時間排序，最後增列現況，共計有 56 筆資料，存在 23 個地址上，建構出後站婚紗攝影產業的街區歷史樣態。²³⁷(表 3-4-3)並將這些資料，呼應都市發展階段，分為 1983~2000 年與 2000 年以後，以兩個階段做探究板橋婚紗攝影產業的發展。

²³⁷ 然受商業登記資料限制，有登記缺漏、未即時註銷的問題。未登記以「缺」註解。

表 3-4-3 板橋後站婚禮產業開設年份與地址對照表(依地址排序)

店鋪	設立時間 (民國)	核准變更時 間(民國)	地址	現況
布拉格精品婚紗	94/4/21	101/11/16		歇業／ 撤銷
巴洛克婚紗攝影工 作室	100/04/18	102/05/06	板橋區重慶路 60 號	歇業
布拉格婚紗有限公 司	101/08/28	102/11/08		解散
米蘭影壇經典婚紗 社	83/10/04	90/01/02		歇業
良緣坊攝影有限公 司	89/06/27	92/08/04	板橋區重慶路 61 號	解散
碧海藍天攝影有限 公司(希臘婚禮)	98/05/21	104/07/23		核准設 立
香榭莉莎婚紗攝影 有限公司	86/04/26	96/01/29	板橋區重慶路 64 號	廢止
愛倫斯精品婚紗攝 影有限公司	96/04/11	105/11/28		解散
艾美麗天使婚紗攝 影有限公司	94/07/08	95/12/22	板橋區重慶路 65 號	解散
潘朵拉婚紗有限公 司	103/11/07	105/04/07		核准設 立
中視新娘世界股份 有限公司-板橋分公 司	72/03/26 (受訪者 D) ²³⁸	94/06/13		廢止
法拉莉名時尚婚紗 設計有限公司	93/07/23	96/03/23	板橋區重慶路 71 號	解散
蒂芬妮婚紗名店(法 拉莉婚紗)	98/11/11	106/04/07		核准設 立
興來禮服攝影有限 公司	缺	86/10/02	板橋區館前東路 21 號	解散
美夢成真攝影婚紗 有限公司	80/11/06	90/08/01	板橋區館前東路 46 號	解散

²³⁸ 根據受訪者 D 口述，中視新娘世界於 1983 年開業，為第一家婚紗攝影。中視攝影為受訪者 d 舅舅購買台北市婚紗攝影商業登記資料，民國 67 年為原經營者於台北市創立時間。故將中式新娘世界和中視攝影兩筆資料，合併為中視新娘世界，並以訪談之 1983 年(民國 72 年)為創立時間。

嬌點攝影禮服有限公司	72/06/08	94/03/30		廢止
經典時尚婚紗攝影社	88/07/22	107/07/24	板橋區館前東路 47 號	歇業 解散已 清算完 結
夢時代精品婚紗	97/11/04	106/05/02		
新新人類攝影社	83/10/21	85/10/30	板橋區館前東路 49 號	歇業
喜臨門禮服攝影社	76/09/21	88/01/05	板橋區館前東路 53 號	歇業
奧斯汀婚紗攝影社	98/03/10	99/03/01		歇業
蜜雪兒婚紗攝影社	99/01/07	99/01/07	板橋區館前東路 54 號	核准設 立(註: 已歇業)
鳳凰城攝影有限公司	82/02/13	87/01/15		解散
茈妮莎婚紗攝影有限公司	87/02/04	90/08/22	板橋區館前東路 60 號(營運範圍 60、62 號)	解散
特里莎婚姻事業股份有限公司	90/12/17	缺		廢止
長相守婚紗攝影企業社	83/12/09	87/08/12		歇業
喜相印婚紗攝影有限公司	87/01/21	90/01/15	板橋區館前東路 66 號(營運範圍 66、68 號)	解散
季源婚紗攝影有限公司	90/03/29	94/12/21		解散
美嘉禮服攝影有限公司	缺	83/08/20		解散
東京攝影事業有限公司	083/08/15	86/07/29	板橋區館前東路 70 號	解散
紗法亞精品婚紗	95/12/25	106/08/03		核准設 立
花樣婚紗股份有限公司	97/12/11	缺		解散
長堤婚禮股份有限公司	101/05/03	104/11/20	板橋區館前東路 80 號	核准設 立，但 已命令

薇愛婚紗攝影有限公司	104/09/11	106/01/16		解散 解散
女王禮服照相社	76/11/10	104/11/06		歇業
惜緣婚紗攝影有限公司	88/01/11	91/07/02	板橋區館前東路 82 號(實際營業範圍為 82、84 號)	解散
蘇菲雅婚紗社	91/05/01	94/11/23		核准設立
蘇菲雅國際投資有限公司	94/03/08	105/12/01		核准設立
中影攝影事業有限公司	67/01/05	88/03/10		核准設立
嘉琳婚紗攝影有限公司	98/06/09	105/12/27	新北市板橋區公園街 20 號(現以 2 樓為營業範圍)	解散
琦鈞婚紗工作室(Ti amo wedding)	106/01/03	107/06/26		核准設立
華紳男仕禮服有限公司	92/06/10	106/07/21	板橋區公園街 56 號	核准設立
菀法婚紗工作室	105/06/17	106/06/07		歇業
唐朝婚紗攝影社	82/10/13	91/09/24		歇業
大唐婚紗有限公司	101/05/11	105/06/03	板橋區公園路 62、64 號	核准設立
幸福色彩婚紗有限公司	104/01/19	105/08/17		核准設立
真愛企業有限公司	98/05/20	104/07/29		解散
世紀婚禮有限公司	99/04/06	100/01/25	板橋區民族路 78 號、80 號	解散
真愛國際股份有限公司	104/07/29	107/08/14		核准設立
星光大道婚紗館	91/8/23	94/12/13		歇業
亞士都概念婚紗館	94/11/21	98/1/6	板橋區館前西路 37、39、41 號(三筆實際營業範圍相同,故併入)	歇業
D-S Wedding 第一婚禮	103/04/07	105/08/18		核准設立
費加洛婚紗攝影股份有限公司	73/06/07	99/04/06		解散
時尚聯合國婚紗攝影有限公司	87/05/29	87/09/05	板橋區中山路一段 118 號	解散
東方麗緻婚禮有限公司	101/07/31	103/01/06		解散

愛戀婚紗攝影社	94/03/11	105/08/25	板橋區中山路一段 120 號	歇業
---------	----------	-----------	-------------------	----

資料來源：經濟部商業司²³⁹

表 3-4-3 中，就地址觀察出數家初創優良店家，在本店未結束營業之際，於同地址再度設立婚紗攝影公司。如；1994 年唐朝同地址再設香榭莉莎婚紗攝影有限公司、1987 年費加洛婚禮再設時尚聯合國婚紗攝影有限公司、1999 年女王婚紗再設惜緣婚紗攝影有限公司。推估是婚紗攝影業者，再度創立新店或更名經營，改變型態。

(一)板橋後站婚紗攝影業的開設與擇址(1983~1999 年)

因板橋區婚紗攝影資料筆數眾多，故以 2000 年開設作為前後分隔，第一階段為 1983~1999 年開設者，第二階段為 2000 年以後開設者。在 2000 年前後板橋舊火車站商圈面臨諸多轉變：板橋舊車站於 1999 年遷移至新板橋車站，轉至新板特定區營運、2006 年捷運板南線—府中站通車(全線延伸至永寧站)。後站原本以台鐵作為主要人潮來源，以 2000 年作為段代切割，正好為後站地區商圈轉變的重要轉折點。

²³⁹ 經濟部商業司商工登記公示資料查詢服務
<https://findbiz.nat.gov.tw/fts/query/QueryBar/queryInit.do>



圖 3-4-2 板橋後站 1983~1999 年開設之婚紗攝影店經營年份圖

資料來源：本研究整理、繪製

圖 3-4-2 將以上婚紗攝影公司以時間序列，探究後站婚紗產業的起源 (1983~1999 年開設)。以圖中最下方中視新娘世界最早開業，而最上方經典婚紗攝影為該階段最晚開幕者。

板橋後站最早出現的婚紗攝影公司，為 1983 年中視新娘世界有限公司，板橋店鄰近新成立四年的介壽公園，並位在三角窗位置。同年嬌點攝影禮服開幕，與中視新娘世界同樣位在館前東路上。1984 年費加洛婚紗攝影股份有限公司，位在中山路一段的三角窗位置。1987 年的女王禮服照相社，位在館前東路上面

對介壽公園。初創的中視攝影、嬌點攝影和女王禮服，三家以重慶路與館前東路交叉口為中心點，約有 100 公尺半徑範圍坐落於此地。

在嬌點攝影開設的館前東路上，也開始熱鬧開設新店。1987 年緊鄰嬌點開設的喜臨門禮服、1991 年美夢成真設立於對街位置、美嘉禮服攝影推估也在此時期(1994 年以前)開設於館前東路，後續再為 1994 年的東京攝影接手。同年館前東路又有新新人類婚紗、長相守婚紗攝成立。此時期的興來禮服攝影，更鄰近後站商圈的館前東路位置(至 1997 年結束)。

此時期的公園路，1993 年成立了鳳凰城攝影和唐朝婚紗攝影，緊鄰介壽公園，而唐朝婚紗經營達 25 年，為板橋後站現存最老字號的婚紗店²⁴⁰。1994 年米蘭影壇經典婚紗社，開設再中心點上，位在重慶路上之三角窗。自此重慶路開始設立其他婚紗店，1997 年中心點向南延伸 70 公尺，開設香榭莉莎婚紗攝影。1999 年有台北中視新娘世界股份有限公司，在重慶路上開設板橋分公司。

1983~1999 年此時期板橋後站婚紗攝影儼然成形，優質店家經營可長達 20 年以上，半數經營時間可達 10 年以上。同時也有部分經營不順出現轉手，1998 年長相守婚紗攝影歇業，轉為喜相印婚紗攝影、茈妮莎婚紗攝影經營。1999 年，館前動路有經典時尚婚紗攝影接手嬌點攝影禮服、惜緣婚紗攝影接手女王禮服照相社²⁴¹；中山路一段有時尚聯合國婚紗攝影延續費加洛婚禮²⁴²。雖未必是歇業轉手²⁴³，從資料中可看出 1999 年以後，是面臨婚紗轉型經營的挑戰。

²⁴⁰ 唐朝婚紗攝影在商業登記僅有 9 年營業，實際則自 1993 年維持經營至今(2018 年~)。

²⁴¹ 女王禮服照相社商業登記資料為 1987/11/10~2015/11/06 歇業，負責人為余遠谷，但同址 2002 年開設的蘇菲雅婚紗社，負責人已為不同人(李政全)，應是早在 2002 年前已歇業但資料未即時更動。

²⁴² 應屬新公司名稱，仍以費加洛婚禮作為招牌。

²⁴³ 亦可能為更名維持營業。

(二)板橋後站婚紗攝影業的開設與擇址(2000 年以後)

圖 3-4-3 中將板橋後站 2000 年後新設的婚紗攝影店做出年份對照，探究近二十年的發展。2000 年以後，良緣坊攝影(接續重慶路上米蘭影壇經典婚紗社)設立，2001 年館前東路有特里莎婚姻事業(接續東京攝影)、季源婚紗攝影(接續喜相印婚紗攝)、蘇菲雅婚紗社(2002 年接續惜緣婚紗攝影，蘇菲雅至今經營超過 16 年)。2002 年，延伸至館前西路出現規模頗大的婚紗攝影店，星光大道婚紗館，同址更名為亞士都概念婚紗館(2005 年)、第一婚禮(2014 年)，營業時間超過 16 年²⁴⁴。



²⁴⁴ 後雖有更名為亞士都概念婚紗館、第一婚禮，資料中負責人為親屬關係，故視作營業時間達 16 年。

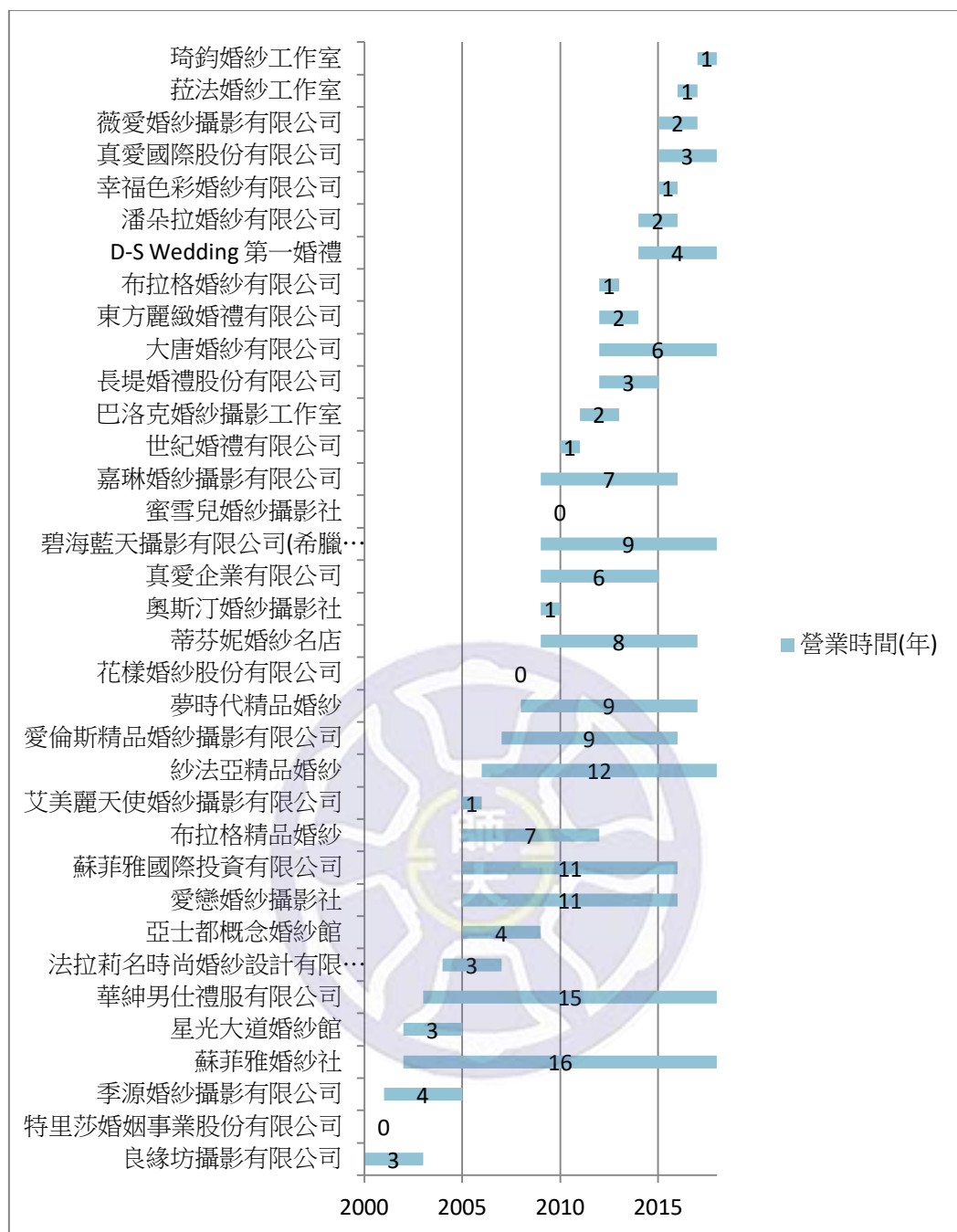


圖 3-4-3 板橋後站 2000 年以後開設之婚紗攝影店經營年份圖

資料來源：本研究整理、繪製

2004 年重慶路的法拉莉名時尚婚紗設計設立(接續來板橋開設分公司的中視新娘世界，後有同址成立蒂芬妮婚紗名店，仍以法拉利為名稱營業)，營業至今達 14 年；2005 年布拉格精品婚紗於重慶路新設，經營六年至 2011 年更名為巴洛克婚紗攝影，2013 年結束經營。2005 年中山路上新成立愛戀婚紗攝影社，緊

鄰老店費加洛婚禮。2006 年館前東路紗法亞精品婚紗開幕(接手東京攝影)，11 年後熄燈。2007 年重慶路愛倫斯精品婚紗攝影(接手香榭莉莎婚紗攝影)，營業 11 年結束。2008 年館前東路有夢時代精品婚紗開幕，2017 年結束營業。

2009 年館前東路奧斯汀婚紗攝影社成立，隔年改名為蜜雪兒婚紗攝影社繼續營業，至今則遷移至中山路轉為工作室型態；同年碧海藍天攝影(希臘婚禮，前身良緣坊攝影)開業，至今營業超過 9 年。2009 年公園路的嘉琳婚紗攝影開業(昔日中視攝影板橋分公司同地址)。同年真愛婚禮在民族路三角窗開創新址(2010 年改名真愛婚禮)，營運至今超過 9 年。

2009 年也是板橋婚紗街最後擴增新店的一年²⁴⁵，2010 年以後婚紗攝影店全為延續過去的店面接手。2011 年巴洛克婚紗攝影工作室營業至 2013 年(接手布拉格婚禮)、2012 年長堤婚禮(接手花樣婚紗、後續再有薇愛婚紗攝影接手營業至 2017 年歇業)、東方麗緻婚禮營業至 2014 年結束(接手費加洛婚禮、時尚聯合國婚紗攝影)。2012 年之後有成立新公司大唐婚紗、幸福色彩婚紗、潘朵拉婚紗、真愛國際、更名 D-S Wedding 第一婚禮，都未有取代原位置婚紗店。2017 年琦鈞婚紗工作室成立，但原址從地下一樓至二樓的規模退縮至僅有二樓。

「新北市板橋有條婚紗街，不少新人會到新北市板橋婚紗街來選。……板橋館前東路跟重慶路口，光是在 Google 地圖就可以找到 9 家婚紗店，不過，這卻只有從前的 1/3 而已。」²⁴⁶受限於商業資料越早越不齊全的問題，未能從中重現受訪業者口中板橋婚紗逼近三十家的規模，但可大致推估衰退的時期。板橋後站在 2000 年以後開設的婚紗攝影店，經營時間比過去顯著縮短，尤其在 2010 年後新設的店家，經營時間都未能滿 5 年²⁴⁷，同時經營者皆為「原地接續營業」，未見昔日藉著設新址以擴張婚紗街的現象。

「全台各地幾乎都有條『婚紗街』，一條路就能滿足婚紗攝影、美容、婚顧、

²⁴⁵ 2009 年創立的奧斯汀婚紗攝影社(後續蜜雪兒於 2018 年以前遷移至新北市板橋區中山路一段 301 號 2 樓營業)和真愛婚禮有限公司(仍維持營運)，兩家是最後擴增新地址的後站婚紗店。

²⁴⁶ 作者不詳(2017-04-28)自助婚紗崛起 板橋婚紗街倒店潮。雅虎新聞網。

²⁴⁷ 大唐婚紗公司(2012-2018)與唐朝婚紗攝影社(1993-2002)，地址與代表人資料相同，實際調查 1993 年營業至今，無轉手歇業，僅為更名。

喜餅等……近來卻紛紛吹熄燈號，巷弄內或商辦大樓裡的工作室取而代之，以多樣化和客製化自助婚紗，搶爭新人青睞。」²⁴⁸在 2011 年的百年結婚潮過後，婚紗攝影產業出現變化，近十年全台各地的傳統婚紗攝影規模減少。故板橋婚紗街，是與全台各地一樣，面臨新型態經營模式，逐漸面臨衰退。

二、板橋婚紗街的形成因素

本研究調查板橋婚紗攝影店鋪數量，與新北市其他行政區做出比較，確認板橋的婚紗攝影公司規模是否在新北市中具有代表性。婚紗攝影產業屬於一次性消費，大多數消費者透過網路口耳相傳獲取商家資訊，網路經營資料實屬重要。中華電信黃頁電話簿資料屬於傳統經營必備登記資料，但結束營業與轉手經營者重複出現，即時狀況更新不佳。故本研究透過中華電話網路黃頁電話簿資料做為資料基礎，再佐以搜尋引擎 Google 搜索商家網站或社群資料，與 Google 街景地圖對比獲得商家經營狀態。

透過以上研究方法，新北市婚紗攝影業共 56 筆資料，符合研究定義的新北市婚紗攝影店家共有 32 家。以 google 街景照片和搜尋 FB 或商家網站核對後，扣除停止營運者有 21 家。以營業規模和數量比較，相較於新北市其他行政區，板橋區出現規模最大、數量最多與空間上高度集中的現象。板橋婚紗攝影數目最多，與都市階層中為新北市最高現象，兩者相符合。(表 3-4-4)

表 3-4-4 新北市行政區婚紗攝影公司數量統計表

行政區	板橋	蘆洲	新莊	三重	中和	永和	新店	三峽
婚紗攝影店鋪數量 (單位：家)	8	3	2	1	2	1	3	1

查詢日期：2018 年 11 月

²⁴⁸ 蔡依珍(2017-09-04)。客製化吸客 傳統婚紗店苦撐。中國時報電子報。網址：
<https://www.chinatimes.com/?chdtv> (檢閱日期：2019/3 月)

以地址資料，說明板橋婚紗攝影的空間分布特徵。板橋婚紗攝影產業位置，大致以重慶路、館前東路和公園路交叉口為中心，集中於三條街區分布。在表 3-4-5 中，共計 22 個地址資料中，館前東路為最多婚紗攝影業所在街區，達 11 家，次為重慶路與公園路。主要集中火車站後站地區，當時最為熱鬧區塊為中山路一段，婚紗攝影業選擇在鄰近中山路約 200 公尺的路段開設。與前站相比，後站具有高級零售業百貨帶動人潮，街道相對寬闊。再於圖 3-4-4 中，將歷年商業登記中婚紗攝影地址繪製為地圖。在館前東路、重慶路、公園路之交叉口為中心，出現婚紗攝影公司的顯著集中的空間現象。以下透過文獻回顧、商業登記資料和深度訪談，說明板橋婚紗攝影的起源，探究板橋婚紗攝影業的聚集因素。

表 3-4-5 板橋後站街區婚紗攝影業地址歷年累積次數表

單位：家

路段	重慶路	館前東路	公園路(街)	民族路	館前西路	中山路一段
數量	5	11	3	1	1	2

資料來源：本研究整理



圖 3-4-4 板橋後站婚紗攝影業地址對照地圖

資料來源：本研究整理、繪製

(一)起始：中視新娘世界

創立於 1983 年的中視新娘世界，位在館前東路 21 號，是板橋婚紗街的起

始店。

「那時候我舅舅和父親合夥成立中視攝影，我在這裡當攝影師助理。那時候婚紗攝影剛流行，……板橋後站已經是個成熟的商圈，有公車、火車的人潮，板橋後站已經變成一個聚落」(受訪者 D，2019 年)

1980 年代，正為板橋衛星市鎮的轉型階段，當時在連鎖零售業進駐下，板橋後站商圈已趨成熟，交通條件帶來穩定的人潮客源，成為當時婚紗創業者欲投入之商圈。

「當時後站大樓剛建好，房東是我舅舅朋友，就一起合資開業。」(受訪者 D，2019 年)

詹先生為板橋現在經營規模最大的婚紗攝影公司—唐朝婚紗帝國的經營者。親友從事百貨禮服出租引發創業靈感，集資投入時下熱門的婚紗攝影產業，又恰逢板橋後站館前東路新大樓建成，再與房東合資入股，開設了後站第一家婚紗攝影公司。當時前站地區亦有婚紗攝影公司設立(受訪者 H，2019 年)，但前站建築狹窄，不如後站新建物的店面寬度、樓高較為充足。後站，一個繼起的新核心地區，成為這項熱門產業的進駐地區。

(二)板橋後站婚紗街形成因素

1990 年代，婚紗攝影已成為大眾婚禮必然的消費品項。²⁴⁹金家禾、徐欣玉(2006)指出婚紗產業的三種空間選擇因素：交通便利或緊鄰景點的大都會、相關產業群聚地區和大面積建築物。²⁵⁰前站地區，清代已有聚落集中，發展較早，建築為店面狹窄之深長型街屋，建築樓層不高。而後站地區的建築較新，店面較為寬闊，多個道路交叉口造就多個三角窗位置，空間條件更適合婚紗攝影進駐。

因此，板橋亦隨著台北市婚紗公司開設相同型態婚紗公司。加上板橋車站人

²⁴⁹ 李玉瑛(1999)。「實現你的明星夢—台灣婚紗照的消費文化分析」。*台灣社會研究季刊*，第 36 期，147-186。

²⁵⁰ 金家禾、徐欣玉(2006)。「影響創意服務業空間群聚因素之研究—以台北中山北路婚紗攝影業為例」。*國立臺灣大學建築與城鄉研究學報*，第 13 期，1-16。

潮眾多，後站新式建築形態符合婚紗攝影的空間需求，在 1988 年有四間開設於此，1993 年街區婚紗公司達 17 間之規模。²⁵¹

陳玉綸(1992)²⁵²說明零售業行業集中的原因，進而討論專業街的特性。將婚紗產業對照陳玉綸提出的行業集中的因素，共符合以下幾點(表 3-4-6)：



²⁵¹ 受訪者 D 指出，1993~1994 年當時板橋婚紗攝影公司達 17 家之規模，1998 年的工商登記資料惟 11 家，考量商業登記資料有回溯、修正與消失的問題，採用在地經營者的 17 間的說法。

²⁵² 陳玉綸(1992)。《臺北市商業專業街之研究》。文化大學地學研究所碩士論文。

表 3-4-6 專業街形成因素與板橋婚紗攝影產業集中因素對照表

專業街 集中因素	內容	板橋婚紗攝影產業 集中因素
客戶選購需求因素	銷售的貨品(或服務)為具有不同樣式、性能、價格，但能夠滿足顧客的同一慾望和需求，而使其能夠加以比較的貨品(或服務)。	婚紗產業的選購性強，不論在攝影、禮服、化妝造型和價格都具差異，成為婚紗集中的因素。
地租因素	同一行業，各商店負擔地租的能力相近。	婚紗攝影需要接待區、禮服展示區、攝影棚等空間，選擇板橋車站的後站多樓層新式建築進駐。
區位因素	所在的環境背景，造成某行業的集中性。如：附近的交通狀況，集中地區的居民特性。	板橋後站商圈於 1980 年代漸趨成熟，車站商圈交通便利。
外部經濟降低成本因素	聚集性(agglomeration)可節省商店的成本與人力，增加店家的收益。	板橋後站婚紗街上，同經營者可內部調度各家店鋪人力物力資源。
公設共享因素	集中可使得很多設施獲得較高的使用率，而以較小的成本造成適當集中之後，可提供更好的設施，以便於商家的利用。	少數新人使用鄰近公園綠地，作為簡易戶外攝影。
專業街知名度因素	商業聚集的規模大，易達性高，越能增加對於顧客的吸引力，使顧客有額外採購的慾望，進而擴大服務圈，商家能夠獲得更大的利益。	1994 年，板橋婚紗街已達 17 家。大致客源來源為板橋、中和、土城等區域性客人，偶有自台北市慕名而來的客人。
同業資訊交流因素	同業間會彼此依賴，提供訊息，增加商品的專業權威性，吸引更多的顧客前來。	板橋婚紗業者互相認識，但資訊交流並不強烈。

資料來源：陳玉綸(1992)²⁵³、本研究訪談整理(受訪者 D，2019 年)

「板橋市婚紗店集中在舊火車站的後站商圈，即重慶路、民權路一帶，多達 15 家婚紗店。業者指出，板橋市店租比台北市便宜很多，目前北市結婚包套收

²⁵³ 陳玉綸(1992)。《臺北市商業專業街之研究》。文化大學地學研究所碩士論文。

費約 5 萬元，板橋約 3 萬元，甚至常有 2 萬多元殺價促銷。」²⁵⁴

「民國 82 年唐朝客人就是本地人，板橋、土城、中和……我們的客人比較是區域的，婚紗你起碼來要來八趟以上……」(受訪者 D，2019 年)

相較於喜餅透過全國性媒體廣告塑造品牌形象，再擴展至各區域開設分店，婚紗業似乎未能走向單一品牌連鎖型態經營。板橋婚紗攝影為市郊獨立發展的婚紗公司，與台北市中心同業相比價格較低，服務範圍為區域性的客源。

「我當初自己第一家店開在中壢，那時候那邊(中壢)已經有三四家同業，我們中影的名字過去有品牌力量。……任何地方像蘆洲、桃園、新莊都是這樣。……後來就收起來就在板橋這邊開店……。」(受訪者 D，2019 年)

再與其他地區的婚紗攝影業相較，可看出區位選擇的考量因素。婚紗攝影業的商品選購性強，經營型態為高度專業，銷售商品單一，區位選擇須同業聚集以擴張客源。然而，考察當年百花齊放的各處婚紗街，數年後規模多大幅縮減，未有大幅成長現象。而板橋於 1990 年代創造出 17 家的規模，在北部區域成為大型婚紗專業街之現象。

故板橋婚紗街的出現，源自於偶然聚集，後站地區合宜的建築空間與區位，與在地地緣的創業者的成功，吸引其他業者加入或店面擴張。婚紗攝影之選購性強，形成區位上同業聚集吸引客源的特徵。而這些集中，又須仰賴外部的人口流動數量多、交通條件優良的區域增加消費者數量。因此 1980 年代後，板橋隨著都市階層提高的歷史過程，滿足了婚紗攝影的外部需求因素，成為婚紗街的雛形進而發揚光大。

(三)板橋婚紗攝影業現況

板橋仍維持營業的婚紗攝影店舖共八家，以地址回顧，製作成表表 3-4-7。就經營年份與現況，亦指出板橋區域婚紗領導品牌。而於表 3-4-8 中，再回溯地址，確認八家婚紗攝影公司的實際營運年份。

²⁵⁴ 吳文良(2007-02-13)。板橋府中商圈 打造囍事街。聯合報，C1 版。

表 3-4-7 板橋後站現存婚紗攝影店與地址回顧表(2018 年)

店鋪	設立時間 (民國)	核准變更時 間(民國)	地址	現況
米蘭影壇經典婚紗社	83/10/04	90/01/02	板橋區重慶 路 61 號	歇業
良緣坊攝影有限公司	89/06/27	92/08/04		解散
碧海藍天攝影有限公司 (希臘婚禮)	98/05/21	104/07/23		核准設立
中視新娘世界股份有限公司-板橋分公司	88/03/26	94/06/13	板橋區重慶 路 71 號	廢止
法拉莉名時尚婚紗設計 有限公司	93/07/23	96/03/23		解散
蒂芬妮婚紗名店 (法拉莉婚紗)	98/11/11	106/04/07		核准設立
美嘉禮服攝影有限公司	缺	83/08/20	板橋區館前 東路 70 號	解散
東京攝影事業有限公司	083/08/15	86/07/29		解散
紗法亞精品婚紗	95/12/25	106/08/03		核准設立
女王禮服照相社	76/11/10	104/11/06	板橋區館前 東路 82 號(實 際營業範圍 為 82、84 號)	歇業
惜緣婚紗攝影有限公司	88/01/11	91/07/02		解散
蘇菲雅婚紗社	91/05/01	94/11/23		核准設立
蘇菲雅國際投資有限公 司	94/03/08	105/12/01		核准設立
中影攝影事業有限公司	67/01/05	88/03/10	新北市板橋 區公園街 20 號(現以 2 樓 為營業範圍)	核准設立
琦鈞婚紗工作室(Ti amo wedding)	106/01/03	107/06/26		核准設立
唐朝婚紗攝影社	82/10/13	91/09/24	板橋區公園 路 62、64 號	歇業
大唐婚紗有限公司	101/05/11	105/06/03		核准設立
幸福色彩婚紗有限公司	104/01/19	105/08/17		核准設立
真愛企業有限公司	98/05/20	104/07/29	板橋區民族 路 78 號、80 號	解散
世紀婚禮有限公司	99/04/06	100/01/25		解散
真愛國際股份有限公司	104/07/29	107/08/14		核准設立
星光大道婚紗館	91/8/23	94/12/13	板橋區館前	歇業
亞士都概念婚紗館	94/11/21	98/1/6	西路 37、39、	歇業
D-S Wedding 第一婚禮	103/04/07	105/08/18	41 號 ²⁵⁵	核准設立

資料來源：本研究整理、經濟部商業司²⁵⁶²⁵⁵ 三筆資料，實際營業範圍相同，故併入同欄位。²⁵⁶ 經濟部商業司商工登記公示資料查詢服務網站：

表 3-4-8 板橋後站現存婚紗攝影業地址與經營時間對照表(2018 年)

名稱	地點	創立時間 (民國)	經營時間 (年)
希臘婚禮	板橋區重慶路 61 號 1 樓	98/05/21	9
法拉莉名時尚婚紗設計	板橋區重慶路 71 號 1 樓	93/07/23	14
紗法亞精品婚紗	板橋區館前東路 70 號	95/12/25	12
蘇菲雅婚紗社	板橋區館前東路 82、84 號	91/05/01	16
Ti amo wedding 堤亞莫義 式手工婚紗	板橋區公園路 20 號 2 樓	106/01/03	1
亞太婚紗攝影有限公司 (唐朝婚紗帝國)	板橋區公園路 62 號、63 號	82/10/13	25
真愛婚禮精品婚紗	板橋區民族路 78 號、80 號	98/05/20	9
D-S Wedding 第一婚禮	板橋區館前西路 37 號	91/8/23	16

資料來源：本研究調查(2018/10 月)

從表 3-4-8 中，發現現存八家婚紗攝影公司中，有五家營業超過十年，其中最老牌的業者為唐朝婚紗帝國(25 年)，其次為蘇菲雅精品婚紗(16 年)、第一婚禮(16 年)、法拉莉名時尚婚紗設計(14 年)和紗法亞精品婚紗(12 年)。而板橋與新北市各區的婚紗攝影數量比較，板橋規模最大，亦呼應了業者的訪談說法—板橋婚紗產業有對外輸出服務的特徵。

參、板橋婚禮產業與都市發展

板橋的大規模開墾始於清代，在械鬥頻仍的移墾社會下，因仕紳漳人林本源家族進入後，為防禦因素建築了枋橋城。械鬥頻仍下，板橋成為台北盆地中大型的漳州人聚落。隨著人數漸多，帶動市街形成，前站中直街為當時最繁榮之街區。在械鬥結束後，大觀義學興築使文化教育漸盛，板橋邁向文治空間。而板橋仰賴滯仔溝河港運輸，擴大城鄉往來，成為繁榮的商業地帶，服務範圍甚至遠至新店地區。

日治時期，縱貫鐵路通車，板橋取代新莊成為鐵路的坐落地。在殖民統治下，鐵道為物產輸出的重要基礎建設。板橋的陸運系統，不僅運送在地的農特產，亦有土城與中和的農產與煤礦，為台北城西南方運輸樞紐。在河道淤積，水運條件漸衰退下，陸運交通取而代之，昔日興築的枋橋城，亦因阻礙交通而遭拆除。板橋在路面鐵道劃分下，分為東西，前站為市街行政機關聚落位置；後站為農業和製造業所在。日本同時為板橋做出都市計畫和環境衛生等建設，形塑板橋的發展雛形。

戰後的板橋，受到中心都市台北市工商機能增強之影響，成為鄉村移民移入的衛星都市。板橋扮演中心都市的製造業基地，並容納鄉村移民作為居住地。1960~1970 年為板橋人口增加最快速的階段。但衛星市鎮具有都市機能不足，發展指標不佳，仰賴中心都市的特徵。1980 年後，板橋面臨產業外移的挑戰，政府規劃期待由衛星都市朝向副都心轉型。在中心都市零售業發展漸趨飽和下，百貨公司與連鎖商店逐漸進軍板橋，提升了板橋的商業機能。

1990 年，板橋車站商圈逐漸成形，據台鐵統計資料中，板橋車站未遷站前，1996 年每日上下車人口數可達 58510 人。板橋車站地區，成為三級產業選址的熱門地點。在此時後站街區較為寬廣，商業區因而快速發展，在大型高級零售業進駐下，發展已超越舊核心前站地區。後站極盛時期，有三間百貨公司，公車、客運、台鐵帶來大量人潮，為全台北縣最熱鬧的商圈，但板橋的商業機能仍低於

台北市。

2000 年後，新板特區在交通、商業、行政機能的進駐下，成為新興的核心；而舊車站商圈被取而代之，退縮成為地方型商圈。新的交通系統捷運進入板橋，後車站商圈轉為府中捷運商圈。舊車站地區 1999 年遷站危機後，維持以移動能力較低的青少年族群為主力客群，以誠品百貨與 3C 賣場作為商圈主力。

而板橋南門街的糕餅產業在 1910 年代，由長興餅舖創始。1980 年代，當板橋邁向衛星市鎮轉型時期，隨著各式連鎖零售業的進駐，連鎖喜餅業者開始進軍板橋。直到 1990 年代中後期，逐漸形成喜餅專業街的規模。當 2000 年火車站遷移後，喜餅街仍有異業業者進駐，未見衰退跡象。

台北市的照相館轉成立專業婚紗攝影發展時間點約 1980 年代，1989 年在愛國東路逐漸形成專業街型態，1994 年再轉至中山北路一帶群聚。而台灣特有的婚紗攝影，也於 1983 年於板橋開業。1980~2000 年，板橋進入衛星市鎮轉型階段，都市機能漸增強，後站商圈成為最熱鬧的地區。而 1990 年代末期，與板橋都市發展相呼應，後站公園路、館前東路和重慶路一帶已有五家婚紗攝影，具聚集現象。

2000 年後，板橋漸走向台北都會區副都心地位，而在新板橋特定區域成板橋核心下，舊車站商圈漸退縮為地方型商圈。2000 年後板橋婚紗攝影業的經營時間普遍縮短，汰換更為快速，但仍有新店址擴增。2010 年以後婚紗攝影店全為延續過去的店面接手，新店址的擴張已停止甚至縮減。這股衰退潮與全台婚紗攝影產業衰退情況相近，但板橋的婚紗攝影規模仍維持著新北市最大的特徵。

同時與都市位階相呼應，在板橋區的喜餅店、婚紗攝影的規模，皆屬新北市各區中數量最高。以喜餅最為顯著，七家連鎖喜餅，新北市內僅在板橋、三重和永和三區設立分店提供服務，又以板橋達 7 家，規模為新北市最大。而婚紗攝影規模亦以板橋 8 家規模最大；其次為蘆洲和新店 3 家；新莊和中和 2 家；永和、三重和三峽 1 家。故可得知，在婚禮產業中，板橋不論是喜餅與婚紗攝影，佔有

重要的輸出服務地位。



第四章 板橋婚禮產業專業街的地景形塑

1990 年代中後期，板橋的婚禮產業聚集越趨顯著，新聞、消費者、業者和板橋市志中以「喜餅街」與「婚紗街」稱呼之。這些婚禮產業的空間選擇，又有舊式婚俗—喜餅集中於舊核心區域；新式婚俗—婚紗集中於後站地區之現象。產業性質差異與街區建築差異，是直觀的影響選擇的因素。而後，又在不同的力量的交錯下，企圖將喜餅、婚紗的符號，鑲嵌在區域街道。

第一節 南門街—喜餅街的地景形塑

「傳三國時代，孫權眼看劉備日漸壯大，受到周瑜獻計，假意有意將妹妹許配給劉備，要劉備過江迎娶。孔明先收購了所有糕餅店的餅，分送給東吳的民眾何孫權的將士，同時又命人在東吳境內放風箏，上面懸掛著『孫劉兩姓合婚』，藉此使孫權假戲真作，從此男女婚聘爭相仿效，送餅通知親友，男女雙方不得食言反悔，約定成俗。」²⁵⁷

喜餅作為傳統婚俗的必要消費物品，從古至今在婚禮中佔有重要地位。喜餅產業的起源，根據台灣省糕餅商業同業公會聯合會指出：傳說情節未必與史實相符，但說明了透過喜餅分送，可達到宣告親友意涵，是透過物的消費餽贈與婚配對象的社會網絡產生關連。

1980 年後，板橋邁向衛星市鎮轉型階段，各式連鎖商店進軍板橋，逐漸增強都市各種機能。1980 年代，西式喜餅崛起，漢式糕餅受到挑戰漸衰退。同時期陸續出現本土和香港之連鎖西式喜餅企業，進軍台灣喜餅市場。1990 年代中後期，這些業者亦大多進駐了板橋南門街。

1995 年，媒體陳述喜餅業喜好群聚的區位選擇，而板橋市志亦指出，南門

²⁵⁷ 台灣省糕餅商業同業公會聯合會網站：

<http://www.bakery-taiwan.com.tw/?p=mdoc&SETid=3542&Msoft=729> (檢閱日期：2018/10 月)

街為板橋喜餅街；2000年，喜餅街一詞首度出現於新聞媒體，並用於描述板橋的南門街。應是在消費者、業者口耳相傳下，陸續被紀錄新聞傳媒和市志中。喜餅街的符號建構，不僅是具備聚集經濟的現象，亦有各種力量，如：業者、政府和廣告傳媒的推波助瀾。以下將各式力量對符號的創造、符號的傳播和符號的強化，說明喜餅符號在南門街的地景形塑。

壹、符號的創造—品牌

布希亞在〈消費社會〉開頭寫道：「富裕的人不再是受到人的包圍，而是受到物的包圍。」消費社會就是一個被物所包圍，並以物的大規模消費為特徵的社會。²⁵⁸

二十世紀，大眾消費社會的整體性興起，呼應著城市享樂生活的世俗性理論，奢侈消費日盛。一般被認為與地理大發現的歷史、西方現代性之追尋和西歐資本主義的發展相關聯。²⁵⁹

在資本主義出現之前，工人會在工作之餘，自給自足製作生活用品，未有工人大量消費，商品消費並不發達。十九至二十世紀之交，出現了兩個變化：第一是資本積累來源：從生產資料轉變為生活資料，故需要大規模消費以延續資本主義；第二是生產過程的變化：泰勒制的出現，讓資本家壓榨絕對剩餘價值，轉為相對剩餘價值。因此，工人在勞動強度大增的工作環境，失去餘裕恢復體力，但獲取更高的工資。在此，生產勞動和家庭完全割裂。²⁶⁰

另一方面，資本家可確保市場的穩定和充足，大規模生產的商品可以被即時消化，避免了商品過剩引發的經濟危機。最後，也保證了社會的政治穩定—在被消費領域的自由和相對豐富的商品賄賂的工人們，放棄了對異化勞動和資本主義

²⁵⁸ Jean Baudrillard(2000)。《消費社會(La Société de consommation)》(劉成富、全志鋼譯)。南京：南京大學出版社。(原作 1970 年出版)。頁 1。

²⁵⁹ 羅鋼、王中忱主編(2003)。《消費文化讀本》。北京：中國社會科學出版社。頁 3-16。

²⁶⁰ 羅鋼、王中忱主編(2003)。《消費文化讀本》。北京：中國社會科學出版社。頁 1~9。

制度的抗爭。²⁶¹因此，富裕的工人出現，成為大量的消費者。工業化後尾隨出現的消費社會型態，深刻的影響當代社會文化。喜餅在農業社會中，作為婚禮習俗的消費物，過去以餅的重量餡料為計費，僅用紙張簡易包覆，說明以使用價值為主。在消費社會中，已轉化成為各式品牌、風格包裝和廣告傳播襲捲之下的消費物品，消費的內容漸轉移為文化價值為目的。

一、喜餅產業的變化

「郭元益總經理郭景元說，那時郭元益的餅人人都說好吃，如果那時的餅拿給現代人吃，十個有九個人吃了會吐；例如那時的餅用特大號的肥肉做餡，只咬一口，滿口的油脂就流了出。」²⁶²男方贈與分送女方親友喜餅，為台灣婚俗中的特有文化。創業於 1897 年的郭元益，以自家商品說明了早期喜餅以豬肥肉做內餡，符合當時農業社會的飲食需求。

「以前我們做的根本是直接吃糖，因為不容易吃到糖啊」(受訪者 H，2019 年)在日人殖民階段，舉辦許多博覽會、共進會、物產會、品評會等比賽展覽，日人偏好水果風味、糖分較高的菓子，獲獎糕點，多為台日商製菓業者，使部分台灣傳統糕點業者進行模仿日式風味菓子。戰後，在國民政府宣揚中華文化的政治目的下，月餅的顛覆政權(中國共產黨)意涵，成為國共對抗下反共節約符號的糕點文化。²⁶³展現日治到戰後初期的台灣糕點業，受到國家權力推廣的文化傾向的銘刻。

「禮餅業分兩大類型：一為『港式店』，以超群、奇華、飛達、佳合等為代表；一為『台式店』，如台富、可口、掬水軒…等。前者多以強勢的廣告促銷、繽紛的花樣、精美的包裝、濃郁的香味，深受年輕人喜愛；後者則以多年老店、金字招牌、市場口碑、和大紅大紫的傳統包裝、強調喜氣洋洋的氣氛，也頗能迎

²⁶¹ 羅鋼、王中忱主編(2003)。《消費文化讀本》。北京：中國社會科學出版社。頁 1~9。

²⁶² 羅曉荷(1996-09-13)。百年老店探索系列之七 郭元益皮薄餡大 糕餅興家。《聯合報》，17 版。

²⁶³ 劉俐君(2014)。《政治與食品：現代國家治理下的臺灣糕餅業(1895-1980)》。師大歷史在職碩士論文。頁 74~90、133。

合傳統中國人的口味。」²⁶⁴

戰後美援推廣以麵代米的文化，使麵粉製作的糕點漸為台灣人民接受，而 1980 年代隨著香港超羣蛋糕來台，掀起風潮。²⁶⁵1983 年(民國七十二年)香港超羣跨入台灣市場，帶動喜餅由漢式大餅轉入西式薄餅市場，港式店蔚為風潮。²⁶⁶隨後帶動傳統台式喜餅業者投入：老牌郭元益亦轉型生產西式喜餅成功；1985 年，牛軋糖起家的大黑松小倆口採取糖餅合一，西式訂婚喜餅禮盒上市；而代工超羣的宏亞食品，亦於同年成立禮坊品牌。²⁶⁷

「我父親那時候加入糕餅公會，會有蛋糕餅乾技術交流。」(受訪者 H，2019 年)台灣 1980 年代的西點麵包風潮源自香港，因香港在受英國殖民下，習得西式蛋糕餅乾製作的方式。香港師傅將這些餅乾的作法帶入台灣，港式蛋糕與餅乾在台灣逐漸流行起來。

這些國外業者帶動了台灣西式喜餅風潮蓬勃發展，1995 年再有從花旗公司跳槽員工，自行創立的伊莎貝爾品牌。後續這些業者再成立分支品牌，如：郭元益旗下的拉法頌和 Le vert 兩條支線、伊莎貝爾再設立皇樓與御倉屋品牌。

「花旗公司董事長唐琪說……每年喜餅市場近 50 億元，依口味來分，西式占六成，中式占四成。」²⁶⁸1980 年代的連鎖西式喜餅品牌產品風潮，在 1990 年代漸成為與中式糕餅對分市場的情勢，中式漢餅業者在訪談中說明，此階段為中式喜餅市場顯著萎縮時期。進入 1990 年代中期，西式喜餅超越了中式漢餅成為了主流。

「目前結婚新人在選擇喜餅時與過去最大的轉變，即是強調個人的色彩，不像過去全父母決定，或至少聽從父母大部份的意見。因此，在產品的包裝上，已

²⁶⁴ 邱文良(1982-12-12)。禮餅喜餅業歷久不衰 港式台式店平分秋色。《經濟日報》，12 版。

²⁶⁵ 經濟部商業司工商登記網站為 1970 年登記，而新聞雜誌資料說明為 1980 年代來台，考量工商登記有前溯的情形，本研究以報章雜誌資料為準。

²⁶⁶ 吳麗卿(2003-12-18)。恩怨三十年 大黑松與禮坊 從相交到翻臉。《今周刊》。網址：<https://www.businesstoday.com.tw/article-content-92751-130835> (檢閱日期：2019/4 月)

²⁶⁷ 各品牌官方網站摘錄。

²⁶⁸ 費家琪(1995-04-29)。西餅你專長 漢餅我拿手 喜餅業卯足勁互搶地盤。《經濟日報》，14 版。

逐漸凸顯商品的個性化……，迎合市場個人主義的抬頭。」²⁶⁹

「超群食品主任林宗毅說，現代年輕人在訂喜餅的觀念上略有改變，市場的消費趨勢傾向少而精，數量逐漸降低，金額則提高，同時注重包裝精美、單片包等」²⁷⁰

喜餅由中式轉變為西式，與台灣當時社會文化層面相關。隨時代變遷，過去喜餅的決定者為新人父母，1990 年代選擇權漸轉為以新人為主，影響了喜餅從傳統中式走向現代西式餅乾的風潮。傳統中式喜餅的老派型態，不合乎年輕的新人個性化與眾不同的喜好。邁入 1990 年代中期，喜餅的份量重要性逐漸下降，從份量紮實裸包裝，轉而少而精美，外包裝的精緻程度成為選購重點。

「全省各地的麵包店多已具備產銷漢餅(中式喜餅)的能力，但一般消費者接受度愈來愈高的西式喜餅，地方性麵包店或因廠房設備問題、或因銷路不夠順暢，投入的業者有限。」²⁷¹

同時，在西式喜餅廣受消費者歡迎下，漢式喜餅亦難轉型生產。台灣的傳統漢式餅舖，多為地方性小規模經營店家。在 1991 年，業者說明生產流程的差異，以西式喜餅技術較高，其次為中式漢餅，最後為麵包店。傳統漢餅面對來勢洶洶的西式連鎖喜餅業者，不僅受消費者喜好變化影響，也有技術設備上的困難。

「走精緻路線的手工餅乾，體積不僅加大、加厚，表面也有不少花樣，包括杏仁、芝麻、麥片、櫻桃等，……每片成本約為二到六元，反映了一分錢一分貨，伊莎貝爾副理游慧貞說，現代人注重健康，這類餅乾用糖量少，符合需求。」²⁷²

在報章媒體中，不斷說明喜餅走向健康飲食的風潮，中式的漢餅熱量偏高，亦與當代飲食文化風潮相悖。故從新聞與訪談結果，中式轉為西式的變化可歸因於社會文化變遷—包含決策者和喜好轉變，促使糕餅產業出現變化西式連鎖型態取代了中式地方性的漢餅店鋪。

²⁶⁹ 簡永祥(1992-10-03)。產銷趨勢 喜餅促銷 凸顯個人主義。《經濟日報》，07 版。

²⁷⁰ 費家琪(1994-09-05)。訂婚喜餅 市場折扣戰短兵相接。《經濟日報》，14 版。

²⁷¹ 張海琳(1991-04-08)。春暖花開喜事頻傳——禮餅業擁抱訂婚旺季有夠勁。《經濟日報》，19 版。

²⁷² 黃漢華(1998-11-01)。報告親朋好友 喜餅來也 紅色炸彈隨後就到。《聯合報》，35 版。

二、品牌的文化表徵

Jean Baudrillard(尚·布希亞)在〈物體系〉中指出：「物要被消費，先要成為符號。」²⁷³而符號不是語言，因為語言是完整的，符號是片段的。透過片段的語句建構起的符號，才可以無限想像。在消費社會中，社會富裕不再匱乏，故商品的價值不再全是使用價值，而是符號價值。交換的是物品的文化價值，物品的文化象徵意義。

「禮坊喜餅總經理張添說，由於喜餅的品質要求極高，所以單價也較一般餅乾高出許多。」²⁷⁴喜餅本質為食品烘培業，而食品烘培，本質應為商品等級較低之消費品。在越來越多廠商投入喜餅市場後，物品漸達豐產甚至過剩，物的價值的差異性漸漸下降，便轉以重視符號價值的差異化。

品牌一正是發揮符號價值的指標，可以傳遞商品訊息與表現差異。將板橋南門街各家喜餅的品牌名稱整理為表 4-1-1，探究各「品牌名稱」所指向的文化內涵。其中，中式命名有：長興餅店、郭元益、大黑松小倆口、禮坊、皇樓、金格、一之鄉；西式命名有：IRIS(義美)和伊莎貝爾(ISABELLE)；日式的御倉屋。²⁷⁵

「ISABELLE 是飛行女神的名字，代表每一位待嫁新娘。在 LOGO 中飛行女神手握英文字母"I"，向天空飛翔，暗喻準新娘們即將邁入另一個自己所選擇的美麗人生……飛行女神也象徵著現代新女性獨立自主之個性，不被別人所影響，而是依自己的喜好選擇贈送親友的禮品。」²⁷⁶伊莎貝爾不以中文命名，改以法式命名，塑造出歐洲品牌形象。而飛行女神實際並未存在於希臘神話中，品牌透過創作不存在的神祉神話，最後超越了真實成為擬象的第四階段——它和所謂的真實一點關係都沒有，它是自身最純粹的擬像。²⁷⁷

²⁷³ Jean Baudrillard(2018)。《物體系》(*Le système des objets*)(林志明譯)。台北：麥田。(原作 1968 年出版)

²⁷⁴ 林維娟(1996-04-02)。單品包裝喜餅 便利店風雲榜上紅不讓。《經濟日報》，18 版。

²⁷⁵ IRIS 為義美喜餅分支品牌，為最受歡迎的系列，以此名稱作為義美喜餅代表。

²⁷⁶ 伊莎貝爾成精緻喜餅代言人(1999-07-28)。《經濟日報》，44 版。

²⁷⁷ Jean Baudrillard(1998)。《擬仿物與擬像》(*Simulacra and Simulation*)(洪凌譯)。台北：時報。(原作 1981 年出版)

表 4-1-1 板橋南門街喜餅品牌文化表徵分析

品牌名稱	品牌名 文化表徵	內容
長興餅店	中式	第一代創始人黃阿長，原為傳承父業以販售米糧兼營雜貨立身，平日亦以自製麵包、油條、花生糖批發，甚得鄰里稱道。適逢中秋時節，爰製豆沙餅、魯肉酥分享應景。因用量實在、風味絕佳、價格公道，以及店門口紅爐烤餅所逸散的香氣，立刻成為地方上耳聞言聽的口碑，也開始了一段綿長延續的製餅歷史。
郭元益	中式	清朝有位進士替郭元益寫了一幅對聯「元吉其旋無往不利，益動而巽與時偕行」，橫批「大哉乾元益進無疆」。……西元 1708 年，郭氏先祖郭龍即已由福建漳州渡海來台。西元 1867 年，創辦人郭樑楨於人文薈萃之地「八芝蓮林」的發源地-舊街開設糕餅店鋪，將祖傳餅藝發揚光大，並以郭氏福建祖厝「元益」為名，創立糕餅店根基。西元 1945 年，第三代經營者郭欽定將「元益」上冠郭姓而成「郭元益」
禮坊	中式	每個微笑，每份幸福，每句感謝，三十多年來，禮坊總是伴隨在各種不同的情感身旁。從單一甜品到訂婚喜餅、彌月禮盒、年節伴手，優雅的當代時尚設計，嚴選日、法進口素材，禮坊以最溫暖的手感，傳遞著人與人之間最真摯的感情，將那些說不出口或是說不盡的千言萬語，化為一份份送往心裡的禮，讓每次禮坊都能令人感受到”因為心裡有你”。
大黑松小倆口	中式	1956 年由邱彭毓和女士於博愛路總店現址成立「博愛店」，自香港引進「牛軋糖」，經不斷改良，獨特之配方，貫徹「四十八小時產銷」之新鮮計劃。1983 年邱義榮先生與妻曾翠娜女士同推出小倆口喜餅。基於沒有大黑松就沒有小倆口觀念下，1985 年正式 將大黑松小倆口合而為一。
IRIS(義美)	西式(希臘名)	IRIS 喜餅於 1999 年誕生，一句「一定要幸福喔！」帶給無數新人美好回憶。 IRIS 艾芮莎囍餅禮盒，由專業製餅師傅製造最受歡迎的口味與式樣，以優越的技術，提供您多樣

伊莎貝爾 (ISABELLE)	西式(法國名)	化的點心，在人生最重要的送禮時刻，選擇優質 IRIS 艾芮莎囍餅禮盒，最能傳達您的幸福與喜悅 伊莎貝爾於 1994 年正式在台灣與大家見面，並以經典名言「我們結婚吧～伊莎貝爾」，敲開所有未婚男女的心扉。成立之初，是由一群熱愛法國文化的團隊與法國烘焙專業達人 BRUNO、JAEUNO、LIONE 等的因緣際會、技術交流、追求突破，而開創出的一個有別於市場的法式品牌。我們希望她是一個能感動消費者的名稱、符號，她能傳達感動、又醞有典藏法式文化之精髓，包含了時尚、浪漫、柔美及新女性化感覺之定位訴求，於是"伊莎貝爾 (ISABELLE)"就此誕生！
皇樓	中式	皇樓創立於 1997 年，擅長融合新式中國元素製作精緻講究的漢式糕點，品牌創始初衷源自周代已確立的婚嫁古禮之六禮、十二禮所必備產品，承襲多元的婚俗禮儀及中國漢式文化，不斷創造研發符合各地習俗的經典糕餅，堅持以文化傳承作為準則，在食品產業復古風潮中站穩腳步，致力開發深受跨時代喜愛的糕餅，寫下更多扣人心弦的糕餅故事。現今『漢式宮廷糕點、新食尚』已成為皇樓品牌最佳代表。
御倉屋	日式	御倉屋日式喜餅，源自日籍烘焙大師「大竹副夫先生」對日式糕餅的熱愛，2004 年將其技藝透過伊莎貝爾公司的專業生產技術與經營，將日本精湛的糕餅藝術、飲食文化與台灣消費者分享。 成立品牌是對品質、服務和價值的承諾，「御倉屋」承襲日本洋菓子、和菓子烘焙技術之大成，嚴製出具色、香、味、美之特色糕點；秉持日籍老師傅嚴謹的製菓精神，短短不到幾年時光，已成為網友討論最獨特的喜餅品牌！從日式糕點產品研發到禮盒外包裝設計，完整地融入日系精神，深受年輕朋友的喜愛！「御倉屋」未來將持續精進研發，讓樸實、嚴謹且神聖的日式文化化為款款禮盒，成為新人們最佳首選。 人生，是沏一壺好茶，品著京都御品，伴著櫻花美景，瀟灑著幸福好味道
一之鄉	中式(日式風格)	這一片片有著美麗色澤與溫潤風味的一之鄉蜂蜜蛋糕

金格 中式(日式風格)	源自歐洲家家戶戶世代相傳的傳統美食~Castella 16 世紀傳入日本後,由職人將其昇華為細緻美味的長崎蛋糕 直至此這蛋糕都是以雞蛋、奶油、糖和麵粉做成、沒有添加蜂蜜卻有著淡淡蜜香 這也是長崎蛋糕被稱為蜂蜜蛋糕的原因。 1975 年由台灣一之鄉的創辦人黃和仁先生,將台灣龍眼花蜜完美融入了長崎蛋糕中 名符其實且充滿巧思與創意的台灣蜂蜜蛋糕於是誕生! 一之鄉 只為美好時刻而存在! 1980 年獨家取得日本長崎本舖的授權指導,完全承襲正統古法精技長崎蛋糕(Nagaski Castella)獨特的香氣與細膩的口感,是於日本流傳五百年,歷久不衰的極品糕點。 對於許多台灣人來說,長崎蛋糕代表的是隆重的祝福以及幸福的回憶。金格食品在 1980 年獨家取得日本長崎本舖的授權指導,完全承襲正統古法精技,採用原料與慢火烘焙技術。直到現在,講到長崎蛋糕,第一個想到的就是金格。 有金格的地方就有令人一再回味的幸福感動。我們像老朋友般陪伴每個人經歷重要時光,無論是彌月的祝福、婚禮囍事或是做為伴手禮,金格千變萬化的達人滋味,總是大家最滿足的幸福饗宴。
---------------------------	--

資料來源：各家喜餅官方網站、聯合新聞網²⁷⁸

這樣的品牌命名風格,亦反映於商標設計,強調出差異的符號性。首先,中式名稱的品牌,全以中文作為商標:長興、皇樓、郭元益、金格、一之鄉、大黑松小倆口和禮坊。部分加上拼音標出中式發音的品牌名稱,如大黑松小倆口、郭元益和禮坊。而西式品牌,則不用中文寫出品牌名稱,採用英文標示,英文的 MISS IRIS 和拚出法式發音的 IZABELLE。日式品牌風格的御倉屋,由於日文並非台灣主流學習語言,以中文寫出日式命名的御倉屋中文,側邊標示日文平假名為注

²⁷⁸ 由於新東陽與信芳餅舖不生產中西式喜餅,故不列入本表。

音，下方則標示英文指出日式發音。(表 4-1-2)

這些喜餅品牌，透過商標設計，以模仿的文化語言為主體，形塑品牌的文化風格。另在風潮演進下，加入圖騰、英文發音標示，強化了商標的文化價值。

表 4-1-2 板橋喜餅業者文化表徵與商標對照表

品牌文化 表徵	商標
中式	  EMPEROR 皇樓  郭元益 KUO YUAN YE 1867  RIVON 因為心裡有你 禮坊  金格  大黑松小倆口 DANHESON SALICO SINCE 1956  一之鄉 since 1975
西式	 ISABELLE ® 1994  MISS IRIS
日式	 御倉屋 OKURAYA

資料來源：各家喜餅官方網站

嘗試再以喜餅的品牌名稱分類，依據曹馨元(2012)將建案名稱的命名原則依據兩個象限典型與否和具體與否，劃為四分類。其中，具體象限再添入效益利益屬性，共計為六種分類。(表 4-1-3)²⁷⁹將此類命名原則，與婚禮產業的喜餅業者的命名結合。糕餅業者常見以創作者的姓氏名字為命名，例如：基隆李鵠餅舖、台北郭元益、台中豐原犁記。故此類中式命名者歸屬於傳統名稱，屬於「典型」。「非典型」為透過暗示手法、抽象性或創新意境，點出產品的特色與屬性。「具體」則是清楚說明產品訊息；「非具體」則是暗示性、抽象性或創新的意境，給予消費者想像空間。

其中，傳統漢餅的名稱以典型的人名與中式命名，屬於「典型」命名。更有指向「具體」的販售商品者為長興餅舖、信芳餅舖。呼應傳統漢餅，屬於「典型具體」命名。

而連鎖西式喜餅採用「非典型」名稱為大宗，藉由非典型—不同於傳統漢餅的命名方式，如：伊莎貝爾、miss IRIS、御倉屋，增加消費者的異國想像。又這些連鎖西餅為全國性業者，再採用「非具體」命名，透過廣告媒體形塑，使符號操弄更為容易。(表 4-1-3)

²⁷⁹ 曹馨元(2012)。建案案名類型與產品屬性關係之研究—以高雄市新推個案為例。逢甲大學土地管理碩士論文。

表 4-1-3 板橋南門喜餅街品牌命名類型分類

命名類型	意涵	糕餅喜餅品牌
典型非具體	符合一般傳統常用的產品名稱，名稱傳達具體產品訊息的能力較弱。如：創作者的姓名或中式命名，但未有商品的訊息。	郭元益、義美、大黑松小倆口、禮坊 Rivon、一之鄉
典型具體	符合一般傳統常用的產品名稱，且傳達具體的產品價值或效用的訊息能力較高。如：創作者姓名或中式命名，具有商品訊息。	長興餅鋪、信芳餅鋪
典型具體利益	典型具體類型基礎上，更強調說明產品利益價值，例如象徵財富高貴之意。如：創作者姓名或中式命名，說明具體的產品利益。	皇樓、金格
非典型非具體	有別於一般傳統常用的產品名稱，且傳達具體產品訊息的能力較低。如：外文命名或符號命名，但未有商品的訊息。	伊莎貝爾、miss IRIS(義美)
非典型具體	不符合一般傳統常用的產品名稱，且傳達具體的產品價值或效用的訊息能力較高。如：外文命名或符號命名，具有商品訊息。	御倉屋
非典型具體利益	非典型具體類型基礎上，更強調說明產品利益價值，例如象徵財富高貴之意。如：外文命名或符號命名，說明具體的產品利益。	無

資料來源：曹馨元(2012)、各家喜餅官方網站、本研究劃分

再以文化系統，將品牌和品牌以下的分支產品線做出分類。第一種為中式風格，郭元益品牌的漢式禮饌、珠聯璧合、京饌玉露等，皇樓的漢餅，義美良緣佳偶漢餅。第二種以歐洲風格包裝路線，有伊莎貝爾 Charming 查兒蜜手工喜餅(法式起源與包裝)、郭元益 la vert(法式命名與包裝)、金格的早安我的愛 Bonjour Mon Coeur(法式命名和包裝)、義美 a la mode(法式命名與包裝)和禮坊新法式手工餅乾(名稱)……等。第三種日本混種風格，日式血統、技術和包裝為宣稱，但仍有混

雜西式餅乾。金格與一之鄉(蜂蜜蛋糕產品技術、為蛋糕喜餅路線，混雜西式餅乾)、御倉屋(日式品牌名稱、日式產品技術、混雜西式糕點)。

第四為文化交錯混合，郭元益拉法頌(日本餅乾技術、日本品牌名稱起源、英式包裝、西式餅乾)、皇樓的西式喜餅(中式包裝、西式餅乾)、各家有中式漢餅與西式組合的產品更有此折衷的取向。其中，這些系列也喜愛以非典型非具體的命名，增加消費者想像空間。

「蔡炳鎗深入檢討後，決定朝多品牌方向發展，全力滿足消費者『善變』的口味。其中，1997 年推出『皇樓』漢式喜餅，訴求傳統漢式喜餅，注重口味。……後來國內興起一股哈日風，伊莎貝爾跟著再和日本顧問合作，於 2004 年推出『御倉屋』日式和風系列喜餅。強調以包裝取勝，包括有布包、巧錦包等，口味則有玄米、抹茶等系列口味。三個品牌三管齊下，果然又讓銷售迅速回升。」²⁸⁰

品牌無法形成語言，而是形成標準的選擇，成為一個分級的體制。在不同的品牌和模範中，可以幫助人們表達他們自己的個性。²⁸¹以西式喜餅起家的台灣喜餅公司伊莎貝爾，成立了分支品牌：日式的御倉屋與中式的皇樓喜餅。以新設分支品牌樹立新風格，切入原先歐洲以外的路線。

除了了傳統的中式品牌，台灣對日本文化的模仿學習，也讓廠商將這股東洋風納入。新品牌擁有日式品牌名稱「御倉屋」、起源自日本的技術、日式包裝「布包、巧錦包」與日式口味「玄米、抹茶」，強調品牌的日本文化正統性，過度真實下已成為擬仿物(simulation)。

這些對於品牌的名稱、商標與論述，創造了符號的差異化，並企圖帶領消費者進入想像的世界。不論是中式皇族的婚禮、西式年輕新潮的風格或仰慕日文化的符號想像。喜餅業者擷取出這些文化內涵的元素，拼湊出品牌的異國文化風格，物轉變成了片斷的語言符號—最後甚至超越了真實。

²⁸⁰ 宋健生(2011-09-05)。企業生日快樂 伊莎貝爾 見證百萬對情緣。《經濟日報》，A17 版。

²⁸¹ Jean Baudrillard(2018)。《物體系(Le système des objets)》(林志明譯)。台北：麥田。(原作 1968 年出版)

三、物的邊緣性差異

現代的物品地位受到模範與系列兩者的管轄。社會上大部分階層生活於「系列性產品」之中，而其形式與心理價值則指向社會少數人生活中的「模範產品」。

「模範」為能擁有較長的生命延續，類似熱力喪失過程——其成群本質概念分裂與複多化成為系列。「系列」是模範的能量遞減的產品，喪失了獨特性、風格、韻味、歷史真確性、真實的時間向度，追隨一個一個消逝的模範。²⁸²

在純功能的層次中，沒有組合的變化，也沒有模範。模範與系列的心理動態關係，因此不在物品的初級功能上作用，而是在一個二次度功能上作用，那便是個性化的物品。²⁸³因此，模範的展現，不存在純功能層次，是建立於個性化物品，是一個純文化的體系。

在我們的工業社會中，先驗地被贈送一種東西，它仿佛是集體性的榮寵和形式自由的符號，那便是「選擇」。所擁有的選擇自由，強迫我們進入了一個文化體系之中。透過選擇這個過程，人進入了整體的經濟體制之中。²⁸⁴因此，透過了物品和信念的個性化，更佳的整合個人與社會。喜餅的使用價值，為最直觀的食物，然而在消費社會中，消費的內含不再是使用價值，而是物的文化價值。喜餅的內容物、外盒出現變化，外盒的變異說明了透過個性化，塑造出邊緣性差異，以宣稱自身的物即為模範。

(一) 1990 以前：從紙盒到鐵盒

「喜餅早期是用油皮紙包裝，後來用鐵盒，再演變成紙盒，現在是使用拉法頌，喜餅盒可以當置物盒再利用。」²⁸⁵

²⁸² Jean Baudrillard(2018)。《物體系(*Le système des objets*)》(林志明譯)。台北：麥田。(原作 1968 年出版)

²⁸³ Jean Baudrillard(2018)。《物體系(*Le système des objets*)》(林志明譯)。台北：麥田。(原作 1968 年出版)

²⁸⁴ Jean Baudrillard(2018)。《物體系(*Le système des objets*)》(林志明譯)。台北：麥田。(原作 1968 年出版)

²⁸⁵ 吳淑君(2009-03-27)。結婚，為什麼一定要吃喜餅。《聯合報》，C1 版。

早期農業社會中，喜餅講求重量足、用料實在，反映社會著重於吃的純功能面向。而這些漢式喜餅的包裝，從昔日的油皮紙簡易包覆，到今日則是置入四方扁紙盒內，為紅色系的簡易圖案。主體漢餅的樣貌，維持古早傳統的形狀、印記型態。郭元益的京饌玉露為頂級漢餅系列，價格突破兩百元，市面上大餅價格多落在 120~200 元之間(折扣後)。(照片 4-1-1)



資料來源：郭元益官方網站

所有的物品，都要透過選擇才能來到我們身邊。而所有的物品，都把自己當作模範。任何物品都可以透過個性化，使自己和他者區別開來：顏色、配件、細節。因工業產品只能在非本質必要的部分獲得滿足，²⁸⁶故實際上，這些差異是一個邊緣性的差異，是無關緊要的差異。

²⁸⁶ Jean Baudrillard(2018)。《物體系》(*Le système des objets*) (林志明譯)。台北：麥田。(原作 1968 年出版)

「按本省習俗，都在訂婚時以禮餅為主要聘禮之一，以前均用本省獨特禮餅為主，現在卻因個人觀念的改變，包裝一直變化不夠，新的老式禮餅，已被餅乾中的什錦餅乾、龍鳳喜餅等印刷精美鐵盒所取代了不少，所以不再受到只在冬季銷售的限制。這不啻是對業界的鼓勵，所以現在每家都開始供應喜餅了。」²⁸⁷

「進入結婚季節……訂婚禮餅仍是鐵盒裝餅乾禮盒的天下。……以手製西點餅乾及機器製餅乾禮盒兩大原則為主。手製西點以超群、飛達、郭元益、奇華、可口華麗屋五家為主力。……機器製餅乾市場佔有率為可口、掬水軒、義美、歐斯麥、郭元益五家為主力。」²⁸⁸

在台灣婚俗中，喜餅是必備的婚俗物品，長久以來漢餅為喜餅主流，這些漢餅以紙盒包裝。1970 年代，歐式進口鐵盒餅乾成為部分年輕人的婚禮喜餅選擇，鐵盒裝餅乾取代傳統紙盒裝漢餅，內容物的差異帶動喜餅的包裝出現明顯變化。又來自香港的超羣西式喜餅，鐵盒包裝與西式裸裝餅乾在台灣一炮而紅，再帶動同業模仿風潮。

「因為鐵盒可以密閉，比較好保存，就很受歡迎」(受訪者 F，2019 年)傳統漢餅，透過足夠的鹽分糖分可以延長保存時間，以紙盒包裝即可。而裸包裝的餅乾容易受潮軟化，鐵盒的密閉性較佳，是較理想的包裝方式。鐵盒的耐久性，除了運送過程耐碰撞，亦可留存作為收納盒。在消費者選擇歐式鐵盒餅乾作為喜餅後，本土餅乾廠商亦學習模仿成為 1980 年代的流行包裝風潮。(照片 4-1-2、照片 4-1-3)

²⁸⁷ 國產餅乾高級品有取代舶來品之勢(1973-12-04)。經濟日報，09 版。

²⁸⁸ 餅乾禮盒開始促銷 今年仍是鐵盒裝的天下(1984-10-15)。經濟日報，第十版。



照片 4-1-2 超羣鐵盒喜餅

資料來源：雅虎拍賣(Y2239298198)



照片 4-1-3 可口奶滋鐵盒喜餅(1980 年代)

資料來源：雅虎拍賣(Y5898469957)

(二) 1990 年以後：多樣化型態

「當時一般市場販售的喜餅，多屬開放性鐵盒包裝，而且商品為單一性，不是烏豆沙、紅豆沙的大餅，就是餅乾，也沒有單包裝的，不夠精緻化。正是「精緻」這兩個字，讓蔡炳鎗找到切入市場的缺口。」²⁸⁹

「業者更在包裝上下功夫，除傳統的紙盒，易於保存的鐵盒之外，還加以謝籃的包裝，當然價格也從最普遍的三百至五百元，提高到六、七百元，甚至一千元以上。」²⁹⁰

鄭明輝(2005)將喜餅禮盒的外觀，分為下列四大類：(1)基本型：傳統的圓型和方型結構。(2)複合型：改變包裝外觀，結合產品多層的包裝結構，注入誘導的故事話題。(3)附加功能型：增加附屬功能，如大黑松小倆口把婚紗照裝入喜餅盒蓋上。(4)特殊材質型：訴求多樣化表現，如錦盒、禮坊 MOJO 訂婚禮盒的塑化材質。²⁹¹說明了喜餅的形狀(圓形、方型、其他)、結構(單層、多層)、附加功能(收納、相框)與素材(紙、緞面、塑膠)等層面都成為喜餅禮盒塑造差異的元素。

²⁸⁹ 宋健生(2011-09-05)。企業生日快樂 伊莎貝爾 見證百萬對情緣。《經濟日報》，A17 版。

²⁹⁰ 劉秀娟(1990-11-22)。禮餅業者推陳出新 角逐市場。《經濟日報》，20 版。

²⁹¹ 劉鳳儀(2006)。《商品包裝之設計符號對不同生活型態消費者產品體驗之影響—以喜餅盒為例》。大同大學工業設計碩士論文。

這樣的邊緣性差異—包裝，並非產品真正的使用價值，卻成為喜餅業者競相爭逐的場域。餅乾從裸包裝，轉變為單片包裝，更顯精緻。單片包裝的餅乾，解決了軟化受潮的問題，選擇紙盒包裝似乎比鐵盒來的更適切。



照片 4-1-4 中式紙盒包裝：郭元益—萬年富貴系列(三層) 售價：920~940 元
叩謝長輩提攜之恩 成就今天的我，最喜悅的時刻 是獻給長輩最好的回禮，以
百花之王 敬祝生命中的貴人富貴長年，歲月靜好 萬年富貴 敬獻最重要的您



照片 4-1-5 西式紙盒包裝：拉法頌—Grace 系列 售價：980 元
擷取英國貴族經典蘇格蘭格紋為設計元素，以當代東京烘焙技藝為底蘊，盡顯
手製精雕工法，源日直送關鍵原料，詮釋經典時尚的完全風味，堅持展現送禮
者的品味！



照片 4-1-6 法式紙盒包裝：Le vert—啍舞-粉紅 售價：750 元

沒有防腐劑也不添加人工香精、人工色素、膨脹劑，只用在東京製菓所學得的手工技術來做烘焙，想讓每位品嚐到的人，回味最純真的幸福年代。

資料來源：郭元益官方網站(檢閱日期：2018/4 月)

「郭元益喜餅，今年另闢蹊徑，引入日本技術及原料，推出『拉法頌』時尚喜餅。外盒使用 13 世紀蘇格蘭紋，標榜手工打造，以皮革為邊飾及封盒，有粉紅、粉藍、粉橙，後兩款更限量 3000 盒。因為時尚感強烈，尚未上市，就引來網路熱烈討論。……拉法頌在日本原是婚禮後新人用來答謝賓客的小禮物，為符合台灣習慣，將純白色改成粉紅色外，也將口味甜度減低。品項中使用了蜜漬白桃乾的白桃蛋糕、水晶紅莓餅乾等，也獨具特色。」²⁹²

這些形狀、結構、附加功能和素材的變化，同時與品牌文化相連結。以郭元益的紙盒包裝為例，1867 年從漢餅起家的郭元益，品牌下另外設有拉法頌與 Le vert 兩個品牌。相較於郭元益品牌喜餅，包裝、名稱較為傳統與中式風格。2001 年拉法頌，以法文 L'AFFECTION 命名，內容是援引日本的婚禮文化作為命名，以獨特的外盒，與較精緻餅乾甜點，成為價位較高的商品；Le vert 強調綠色概念，

²⁹² 翁喆裕(2003-04-23)喜餅禮盒 外觀搞時尚 標榜手工打造 有蕾絲、蘇格蘭紋。聯合報 E3 版：消費。

並講求食材簡單安全。消費者可以在品牌中，選擇平民系列路線或者作為經典模範的選項。

以文化取向看禮盒包裝，首先中式紙盒包裝：郭元益—萬年富貴系列中(照片 4-1-4)，採用紅色、金色作為主色調，紅色牡丹花圖案與繫帶樣式，傳統的基本多層結構，呈現中華文化風格。西式紙盒包裝：拉法頌—Grace 系列(照片 4-1-5)，以類似英國精品 **buberry** 蘇格蘭紋圖案，雙層抽屜結構的紙盒，裝飾皮質繫帶，印上羽毛筆裝飾的法文商標圖案，包裝呈現混合的歐洲風格。法式紙盒包裝：Le vert—嘍舞-粉紅(照片 4-1-6)，和日本知名餅乾品牌 Aunt Stella 禮盒的包裝、餅乾與整體風格相近。源頭為日本化的美式風格，Le vert 則微調為法式名稱。

(三) 小結：喜餅禮盒包裝的意義

除了在喜餅禮盒的風格差異外，禮盒的形狀與結構亦有獨特的設計。例如：2002 年禮坊的愛情旅行箱—以直接提起的禮盒型態，引起各家的模仿，至今已有 17 年歷史。(照片 4-1-7、照片 4-1-8)2009 年，大黑松小倆口的曼谷包設計—喜餅外的提袋可做為日常用提袋重複利用，耗費成本高，亦要突破運送困難，成為獨家的設計。(照片 4-1-9、照片 4-1-10)

「如果姐姐買我們的喜餅，如果妹妹也買我們的，這樣親友會覺得怎麼都一樣」(受訪者 F，2019 年)對消費者而言，喜餅外觀—禮盒是最直接的滿意度感受。veryWed 網站中，幾乎所有新娘表示選擇喜餅時，外表(禮盒)絕對是重點。²⁹³喜餅業者說明，餅乾內容物改變並不大，喜餅主要的變化在於外包裝，平均半年就需要更改一次。

²⁹³ 非常婚禮 veryWed 網站：

<https://verywed.com/cookie/vendorList/location-0/ratd-vendorList-p1.html> (檢索日期：2019/6 月)

	
照片 4-1-7 禮坊第一代愛情旅行箱—愛侶系列(2002 年) 資料來源：禮坊官方網站	照片 4-1-8 禮坊愛情旅行箱—童話系列(2019 年) 資料來源：禮坊官方網站
	 ❤ 莎麗克(二層) 禮盒 ❤
照片 4-1-9 大黑松小倆口曼谷包第一代玫瑰物語(2009 年) 資料來源：台灣商會聯合資訊網²⁹⁴	照片 4-1-10 大黑松小倆口莎麗克禮盒(2019 年) 資料來源：大黑松小倆口官方網站

「由於喜事將近，去試吃了很多機器壓出來的餅乾，基本上都大同小異。所以餅乾口感並不是我們第一選擇的條件，喜餅的外觀反而是我們比較在意的條件。要讓賓客拿到喜餅禮盒的時候，不同於典型盒裝餅的概念，吃完就丟掉」²⁹⁵

²⁹⁴ 台灣商會聯合資訊網：<http://www.tcoc.org.tw/articles/20090320-ba8851ef> (檢索日期：2019/5 月)

²⁹⁵ 非常婚禮 veryWed 網站：<https://verywed.com/forum/expexch/3274569.html> (檢索日期：2019/6

「很多人不知道收過我們大黑松小倆口的喜餅，但是客人一進來看到我們的曼谷包，就會大叫：『我家裡也有！』這個曼谷包很多人家裡都有一個。」(受訪者 F，2019 年)喜餅禮盒禮袋，這個包裝物品的外盒，在消費社會中成為競逐差異化的關鍵。餽贈喜餅的新人期待收到喜餅的親友，能將紙盒包裝提袋留存。這些包裝盒成為了收納與擺飾，亦延續了品牌的生命，將品牌與企業形象烙印於消費者的無意識中。

這樣的選擇，是否有可以追尋的模範？我們常誤以為：系列終將指向模範。系列是朝向模範前進。喜餅的產品生命週期並不長，業者透過每半年翻新包裝，創造差異並吸引消費者。如同布希亞所說，這些產品是沒有時間概念的系列，消費者追尋不存在的模範。在不斷更新邊緣差異的各式喜餅中，最終指向實際沒有模範的真實。



貳、符號的傳播—大眾傳媒

布希亞指出：物品有模範與系列產品之別，資訊和大眾傳媒流通了這些模範，形成不只是物品的通路，也是心理上的通路。當物品的豐產終結了稀少性；廣告的無所不在則終結了脆弱性。透過消費物品，人感覺到實現夢想，並認為這是一種社會地位的上升。²⁹⁶廣告作為商品的宣傳功能，為一個針對物品的論述。羅蘭巴特(Roland Barthes)指出是透過第一「語言的訊息」、第二「被符碼化的圖像訊息」和第三「未被符碼化的圖像訊息」三種訊息傳達。²⁹⁷

「法國香榭大道上，深情男子一句：『我們結婚吧！』打動待嫁女兒心，也掀起喜餅市場一陣法式喜餅風潮。來自台灣本土，打著法國浪漫情調的伊莎貝爾，由於行銷策略成功，儼然成為法式喜餅代言人。」²⁹⁸

「ISABELLE，伊莎貝爾。巴黎今天是晴天，而你還好嗎？巴黎依然浪漫。這裡的人們依然相愛。而我。伊莎貝爾。巴黎使我發現，我是如此深愛著你。想著你。伊莎貝爾，我們結婚吧！（旁白：伊莎貝爾法式喜餅）我們結婚吧！伊莎貝爾！」（伊莎貝爾廣告台詞）²⁹⁹

廣告伊莎貝爾喜餅的成功，廣告功不可沒。伊莎貝爾在 1994 年以黑馬之姿闖入西式喜餅市場，選擇以當時市場未有的法式喜餅切入市場。以大眾傳播媒體，強力放送法式喜餅的形象。廣告中填滿著「被符碼化的圖像訊息」和「未被符碼化的圖像訊息」，企圖連結法國與商品的關聯，例如：廣告詞不斷強調「巴黎」和「愛情」；以法文書寫的書信；拍攝背景為法國的「巴黎鐵塔」、「亞歷山大三世橋」和小鎮街道等取景(照片 4-1-11、4-1-12、4-1-13)。最後，旁白念出：「伊莎貝爾法式喜餅」(照片 4-1-14)以語言訊息和被符碼化的圖像訊息表現產品。廣告

²⁹⁶ Jean Baudrillard(2018)。《物體系(Le système des objets)》(林志明譯)。台北：麥田。(原作 1968 年出版)

²⁹⁷ 星野克美等著(1988)。《符號社會的消費(記号化社会の消費)》(黃恆正譯)。台北：遠流。(原作於 1984 年出版)

²⁹⁸ 彭慧明(1995-07-07)我們訂婚了 大家請吃喜餅 法式喜餅 精緻浪漫嘗嘗歐式情調。《聯合報》，56 版。

²⁹⁹ 伊莎貝爾 Youtube 頻道：<https://www.youtube.com/watch?v=VkoJ6TVxlCE> (檢索日期：2019/5 月)

從頭到尾，以一位男性為主角的中文口白，讓消費者自動帶入自身置入廣告之中，仿佛置身法國的浪漫愛情想像。

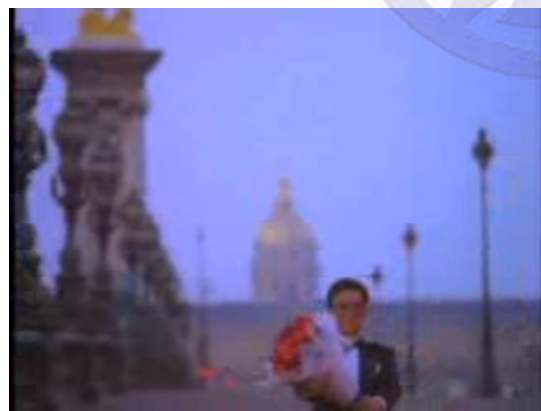
廣告的功能便是在幫助人自發地吸收社會氛圍價值，及促進個人在社會共識中的心理退化。³⁰⁰廣告文案中，論述愛情、巴黎的浪漫與幸福婚姻的隱喻與商品連結。一面教育著社會大眾，了解法國巴黎的浪漫與接納新潮的喜餅風格。



照片 4-1-11 伊莎貝爾廣告圖(巴黎鐵塔)
資料來源：伊莎貝爾官方影音(isabelle12tw)



照片 4-1-12 伊莎貝爾廣告圖
資料來源：伊莎貝爾官方影音(isabelle12tw)



照片 4-1-13 伊莎貝爾廣告圖(亞歷山大三世橋)
資料來源：伊莎貝爾官方影音(isabelle12tw)



照片 4-1-14 伊莎貝爾廣告圖(伊莎貝爾法式囍餅)
資料來源：伊莎貝爾官方影音(isabelle12tw)

³⁰⁰ Jean Baudrillard(2018)。物體系(*Le système des objets*)(林志明譯)。台北：麥田。(原作 1968 年出版)

「(台語)貢金價，每嫁乎你啊。每牽哩欸手。給別人介紹貢哩是阮尪。阮先生。阿是親像媽媽貢欸。哩是阮頭家啦。阮的時代，是多心條。爸爸貢，我們就親像皇帝要嫁查某兒。要從樓閣中，迎向喜事的幸福。(笑聲)。聽到爸爸這樣講。媽媽在旁邊只會一直笑。一直說。(媽媽：皇天保佑。皇天保佑喔！)(台語)。(旁白：皇樓喜餅。皇天保佑。(國語)」(皇樓喜餅廣告)³⁰¹

「(日文)女：怎麼約呢？男：第十個秋天吧。女：在哪裡？男：石階上…順著陽光走。相信你的感覺。女：這裡是京都嗎？男：嗯…是京都。女：啊…我看到了。啊…原來是你啊！(旁白：戀人的相遇，絕非偶然)男：我在等妳。(旁白：京都手藝。御倉屋日式喜餅)」(御倉屋喜餅廣告)³⁰²

以中式的皇樓喜餅為例，透過拍攝的空間：中式建築；人物的穿著：皇族女性服飾、中式男性服裝、西式禮服，建構中式傳統和高貴的形象。而中式禮服的新人，最後轉變為穿著西式禮服，暗示了傳統又現代的形象—產品中喜餅中西合併。(照片 4-1-15、4-1-16)廣告以說台語的女性、父母的口提面命和喜悅，符應了舊式婚俗喜餅—女方父母具有決定權的傳統。

御倉屋為日式風格喜餅品牌，廣告中，建立了日本和商品的關聯。例如：廣告詞的男女對話，全為日文；拍攝地點為日本古都京都—石階、紅色和服女性、楓葉—不會比這個更日本了。最後，這些喜餅會強調商品的血統—「京都」手藝。御倉屋「日式」喜餅。(照片 4-1-17、4-1-18)

³⁰¹ 伊莎貝爾 Youtube 頻道：<https://www.youtube.com/watch?v=3LAV3Vfrmfo> (檢索日期：2019/5月)

³⁰² 伊莎貝爾 Youtube 頻道：https://www.youtube.com/watch?v=0DAO_j005ts (檢索日期：2019/5月)



照片 4-1-15 皇樓廣告圖(中式西式風格新人)

資料來源：伊莎貝爾 youtube 官方影音
(isabelle12tw)



照片 4-1-16 皇樓廣告圖(西式禮服新人與中式建築)

資料來源：伊莎貝爾 youtube 官方影音
(isabelle12tw)



照片 4-1-17 御倉屋廣告圖(京都街景)

資料來源：伊莎貝爾 youtube 官方影音
(isabelle12tw)



照片 4-1-18 御倉屋廣告圖(日式喜餅)

資料來源：伊莎貝爾 youtube 官方影音
(isabelle12tw)

將各家喜餅的消費者印象整理於表 4-1-4，列出了喜餅品牌透過廣告型塑的消費者印象，包含了商品或者廣告台詞。強打廣告詞聞名者，有伊莎貝爾漢 IRIS。消費者的心得中，多半提及已有現存的印象—親友餽贈的喜餅經驗或廣告的既定印象。這些心得中，消費既定印象與陳述著售貨人員的介紹詞，在網路傳播下又再度強化了物的差異。

表 4-1-4 板橋連鎖喜餅品牌與消費者印象之商品廣告詞對照表

喜餅品牌	類型	商品或廣告詞內容
郭元益	商品	拉法頌高級、中式喜餅、量多大方
禮坊	商品	巧克力、絨布硬盒、洛可可小熊
大黑松小倆口	商品	小熊掛飾和提袋、手工餅乾系列精緻、典雅大方
IRIS(義美)	廣告詞、 商品	「一定要幸福喔！」 日本西式喜餅風格、紅鐵盒
伊莎貝爾 (ISABELLE)	廣告詞、 商品	「我們結婚吧！伊莎貝爾！」 量多大器
皇樓	商品	中式喜餅、中西合併、特色提袋、大器
御倉屋	商品	日式喜餅、大器
一之鄉	商品	蜂蜜蛋糕、蛋糕喜餅、卡通聯名禮盒(比菲兔)
金格	商品	長崎(蜂蜜)蛋糕、年輪蛋糕、日式菓子、法式餅乾、幸福小築盒裝

資料來源：各家喜餅官方網站、訪問銷售人員、veryWed 網友心得³⁰³

工業社會中，分工體制已讓工作和產品分離，廣告更進一步完成這個程序。廣告，透過一個大量分化的物體系裡的物質抽象程序，分離了生產者和消費者；同時也再做一個反向的程序，重新創造出幼兒狀態中，在物品和對比物的慾望之間的混淆，把消費者帶回一個幼兒期，混同母親和母親所給之物的狀態。³⁰⁴

它在勞動和勞動的產品之間置入一個巨大的母性形象，產品不再被人以它的真實面考量，而單純只視為一個好處，一個欲望對象物。³⁰⁵

「行政院公平交易委員會昨天裁定，台灣製造的喜餅『伊莎貝爾』，廣告上使用『強勢登陸台灣』、『法式喜餅』用語，在門市櫥窗明顯處放置法國國旗，極易使消費者誤認該產品為進口產品或與法國廠商技術合作產品，違反公平法第二

³⁰³ 非常婚禮 veryWed 網站：

<https://verywed.com/cookie/vendorList/location-0/ratd-vendorList-p1.html> (檢索日期：2019/6 月)

³⁰⁴ Jean Baudrillard(2018)。《物體系(Le système des objets)》(林志明譯)。台北：麥田。(原作 1968 年出版)

³⁰⁵ Jean Baudrillard(2018)。《物體系(Le système des objets)》(林志明譯)。台北：麥田。(原作 1968 年出版)

十一條『廣告不實』規定。……業者說，喜餅並未與法國技術合作，純粹由台灣產製，產地是台中大雅。」³⁰⁶

喜餅在大眾傳媒的推波助瀾下，將物品與符號緊密相連。消費者認為伊莎貝爾為法式的；皇樓是中式的而御倉屋是日式的。西式喜餅在品牌、標語和櫥窗設計，形塑的歐洲形象，實際上未必如消費者想像。歐洲品牌的喜餅，實際產地來自台灣鄉鎮的工廠，亦為台灣本土創造的品牌。

喜餅透過這些廣告，誘惑消費者消費商品。廣告為一種論述，本身即是一種物，因此又反過來成為消費的物品，成為全體消費者的共同體驗。如布希亞所言：「廣告本身不再是指導消費，而是被消費。」³⁰⁷

傳媒除了傳播品牌形象，亦扮演地區喜餅專業街的形象傳播。依據聯合新聞資料庫，全國首度出現「喜餅街」一詞在 2000 年，用於說明「板橋南門街」的喜餅一條街現象。另外，相似意義的「糕餅街」，指的是傳統漢餅集中的街道，例如：台中豐原中正路糕餅街。傳統婚俗採用中式漢餅為喜餅，西式喜餅品牌在 1985 年左右相繼開設，於 1990 年代後成為主流。對照聯合新聞資料庫中，糕餅街一詞的出現早於喜餅街，與產業興起時間相符。

「板橋『糕餅街』在板橋市南門街一帶，是板橋重點特色老街之一，百公尺距離就有十餘家糕餅店，幾乎所有知名品牌都能在這裡找到，西式、日式或傳統餅店應有盡有。百年老「長興餅鋪」超高人氣的豆沙餅，更是饕客必買的伴手禮。……。打算結婚的新人到慈惠宮參拜，可順便逛逛糕餅街、婚紗街。」³⁰⁸2010 年台北縣政府主辦的台北縣媽祖文化節中，以南門街做為糕餅街的口號為宣傳。連鎖業者透過廣告形塑品牌商品的形象符號；而地區的「喜餅街」或「糕餅街」符號形塑，則以地方政府為主要經營者。

³⁰⁶ 李文娟(1995-03-09)。國產喜餅豈可登陸台灣?公平會裁定「伊莎貝爾」廣告不實。《聯合報》，18 版。

³⁰⁷ Jean Baudrillard(2018)。《物體系(Le système des objets)》(林志明譯)。台北：麥田。(原作 1968 年出版)

³⁰⁸ 黃福其(2010-04-16)。順遊逛婚紗 買糕餅。《聯合報》，B2 版。

參、符號的強化—空間

地景(landscape)不只是地表上的實體環境景觀，更強調其總體性，包含涵蓋物質、社會文化實作與象徵再現的總和。地景是隨著時間而抹除、增添、破格與殘餘的集合體。地景也是一個象徵與符號的系統。不同族群的感知與行動會型塑出特殊的地景；換言之，地景亦如一系列再現人們思維的文本。³⁰⁹

南門街，自清代以來作為地方仕紳築城的城邊街區。在行政、商業活動、信仰和交通層面，地處地方核心地區。日治時期的水陸交通轉換，拆除了枋橋城，並改變了械鬥社會下的蜿蜒街道，進行市街改造與環境改良。在水運沒落下，繼起的鐵運交通—板橋火車站，強化板橋成為臺北盆地西南的商業中心。水陸運轉換，亦使前站地區核心從河運的滯仔溝地區，略往車站地區靠攏，使南門街的位置優勢更為強化。

戰後，板橋成為台北都會區的衛星市鎮，並擁有鐵路的交通樞紐地位。1980年代在台北都會區快速發展下，進入衛星市鎮轉型階段，漸漸強化都市機能。2000年後，確認了以新板橋特定區域為核心發展區，進入台北都會區副都心階段。而板橋舊車站一帶，各式機能逐漸退縮，降為地方型商圈。南門街在這樣的區域發展背景下，業者和政府是主要的地景形塑力量，將喜餅符號與南門街街區空間連結。

一、業者

「郭家第四代的四兄弟也在此時開始掌舵，積極擴充廠房、研發技術、導入專業經理人，改變傳統『前店後廠』模式，展開全台布點。1987年士林美德廠落成，糕點生產線進入自動化時代，1992年占地1.2萬坪的楊梅廠啟用，自動化比率提高到95%，產能是士林廠的五倍，這也是郭元益轉變為大型企業的重要

³⁰⁹ 李明璁(2009-06)。去／再領域化的西門町：「擬東京」消費地景的想像與建構。文化研究，第9期，119-163。

里程碑。」³¹⁰

以郭元益為例，傳統的糕餅生產，為前店後廠的形式，前方為糕餅麵包零售的店面，後方為烘培廚房的生產基地。當郭元益從地方型漢餅，轉型為全國性連鎖品牌，隨著生產規模擴大，前店後廠的模式不足以應付生產，便需要另覓生產基地，生產空間與消費空間隨之分離。

各家連鎖喜餅大量接單生產下，發展出有別於傳統漢餅的空間配置。「我們的服務很重要，大概一個客人要花兩個小時，詳細的介紹和試吃。」(大黑松小倆口板橋店陳店長，2019 年)喜餅的選購性強，連鎖喜餅業者，在服務地點展示商品樣本：禮盒外包裝、部分喜餅的試吃等服務，店鋪成為消費空間。

在喜餅業者將物轉為符號，以品牌符號的建構，透過媒體廣告傳播符號，形塑產品的特殊化。隨著板橋南門街歷史發展脈絡下，出現了喜餅業的聚集的地景，而在具體的店面消費空間中，亦呼應著這些符號元素，予以強化。

「林宗毅說，喜餅是講究品牌認同，一生又只有一次，必須相當注重，喜餅專賣店的氣氛、售後服務。」³¹¹南門街在 1990 年代，連鎖喜餅大舉進入，喜餅街的型態儼然成形。消費的益處，是作為奇蹟來體驗。³¹²南門街建築年代古老，源自清代街屋形式，雖經過道路拓寬，但整體結構仍為狹窄深長。故店面約 1/3 作為出入口，而剩下 2/3 盡可能擴大作為商品陳列櫥窗。店面空間中，以數套桌椅作為接待客人的區域，大牆面做出陳列架，展示自家各種喜餅禮盒。(照片 4-1-21)

南門街在以連鎖喜餅業者為主要地景形塑力量下，塑造出喜餅街的地景。在各式喜餅文化路線，業者選擇特定的符號，塑造出店面風格。其中，不同時期亦有風格差異。1990 年代以前，漢餅比重仍高，中式風格廣受消費者歡迎。「以前都喜歡紅色的招牌，這樣比較喜氣」(大黑松小倆口，板橋店邱店長)南門街在 1990

³¹⁰ 黃冠穎(2015-11-23)郭元益 每一口…都是台灣歷史。經濟日報 A16 版：產業。

³¹¹ 費家琪(1994-10-21)喜餅業 多元行銷手法新。經濟日報 14 版：商業·消費。

³¹² Jean Baudrillard(2000)。消費社會(*La Société de consommation*)(劉成富、全志鋼譯)。南京：南京大學出版社。(原作 1970 年出版)。

年代，連鎖喜餅大舉進入，喜餅街的型態儼然成形。這些業者呼應當時的流行文化，塑造消費的空間—大型且對比鮮明的招牌(女兒紅、大黑松小倆口)，紅色是主要的色調選擇。(照片 4-1-22)

	
照片 4-1-19 連鎖喜餅內部(郭元益) 資料來源：本研究拍攝(2011 年)	照片 4-1-20 1990 年代板橋南門街 資料來源：板橋市志續編

布希亞指出，擬仿物吞嚥下整個再現的地基，並將再現轉化為一個擬像。依序分為四個進程：第一，擬仿物是某個壯麗真實的投影。第二，它遮蓋了壯麗的真實，並異化它的本質。第三，它讓這個壯麗的真實化為烏有。最後，它和所謂的真實一點關係都沒有，它是自身最純粹的擬像。³¹³1990 年代中期，西式喜餅超越中式漢餅成為了主流，店家裝潢風格亦漸漸轉變，異國文化成為新寵。喜餅品牌透過櫥窗展示、商品陳列與空間設計，將異國文化複製並再現於這個消費空間。

商品被剝去了實際的物質根源，安置在想像的世界裡—空間成為商品的魔法。

³¹⁴伊莎貝爾選擇以美式鄉村風白色家具，襯上西式喜餅—商品顏色是粉紅、粉藍

³¹³ Jean Baudrillard(1998)。《擬仿物與擬像(Simulacra and Simulation)》(洪凌譯)。台北：時報。(原作 1981 年出版)

³¹⁴ Paul Cloke、Philip Crang、Mark Goodwin(2006)。《人文地理概論(Introducing Human Geography)》(王志弘、李延輝、余佳玲、方淑惠、石尚久、陳毅鋒、趙綺芳翻譯)。台北：遠流。(原作 1999 年出版)。頁 159。

和紫色，圓形綠色植物裝飾，背後掛著粉底巴黎鐵塔的布幕，塑造法式風格。(照片 4-1-23)皇樓以中式棕色木製檯面，並以紅色為主體色調裝飾櫥窗，以營造中式風格，家具為中式木製桌檯(照片 4-1-24)。御倉屋以大量木製的沉穩風格，透明度較低，厚實的木製日式家具，營造和風路線(照片 4-1-25)。這些品牌都選擇了特定符號，再現於空間中，形塑出品牌的文化取向。(照片 4-1-26)



照片 4-1-21 伊莎貝爾歐式櫥窗

資料來源：本研究攝影(2018/10 月)



照片 4-1-22 皇樓中式風格櫥窗

資料來源：本研究攝影(2018/10 月)



照片 4-1-23 御倉屋日式櫥窗

資料來源：本研究攝影(2018/10 月)



照片 4-1-24 南門街街景

資料來源：本研究攝影(2018/10 月)

這樣的銷售空間，強化了符號；也形成超真實的擬象，最後與真實一點關係也沒有。透過消費空間，同時將生產過程完全異化。

二、政府

前站地區隨著新北市政府遷移後，改為板橋區公所和新北市警察局進駐。「板橋市公所最近完成發展板橋後站商圈規劃案，未來以電動輸送帶及天橋串連後站商圈、縣民大道及捷運府中站，並規劃類似西門町的行人徒步區、藝文廣場及林蔭大道」³¹⁵在經濟層面，公部門將過去火車站分隔的前後站，以造型天橋連結，以同樣年輕族群為主流的西門町為學習目標，塑造徒步空間。

在文化經營，地方政府對前站地區的古風建設，選擇了清代歷史作為代表。2004 年，板橋市公所推動「林本源邸周邊街景改造計畫」，對府中路、文昌路、倉後街、福德街進行街景改造。有懸吊式燈飾、棕欖樹、酒瓶椰子、鋪石地磚、道路鋪設串聯導覽路徑、大型牌樓、雨棚與遮陽板(照片 4-1-27)。2007 年，板橋市公所進行「古城風華再造」計畫：將枋橋城範圍的南門地下道，正名為東門地下道，並設置入口意象和內部古城風格的藝術裝置。³¹⁶這些公部門對前站地區的建設，是以林本源邸和枋橋城為中心所塑造，追溯到清代枋橋城的樣貌，為日常地景形塑。

³¹⁵ 饒磐安(2002-03-09)。板橋後站 向西門町看齊。聯合報，18 版。

³¹⁶ 台北縣板橋市公所編(2009)。板橋市志三編。台北：板橋市公所。



照片 4-1-25 枋橋城界址地磚

資料來源：本研究拍攝(2018/10 月)



照片 4-1-26 捷運府中站觀光導覽地圖與指標

資料來源：本研究拍攝(2018/10 月)



照片 4-1-27 捷運府中站觀光導覽地圖與指標

資料來源：本研究拍攝(2018/10 月)

地方政府亦經營非日常的節慶活動。新北市文化局則對管轄的林本源邸，舉辦霞海城隍月老回娘家活動，從 2006 年至今已有 14 年傳統。2002 年，台北縣文

化局開始培訓林本源邸的志工導覽，經營地方文化資源。林家分支遷居於大稻埕一帶，與霞海城隍廟產生淵源。文化局藉此在中國七夕情人節，舉辦未婚男女聯誼活動，目標為吸引人潮。

「有幾個想法，第一是南門街，跟後站中山路一樣封路，變成行人徒步區……第二是指標可以標出『喜餅街』……過來原本板橋城的標示作成假城門…像是慈惠宮那個門……還有類似大甲鎮瀾宮拉皮老街街區……」(受訪者 H，2019 年)在地經營的業者一百年老店長興餅舖經營者，期待公部門能運用資源強化街區的硬體設備。亦坦承理解南門街屬於交通要道，封路可行性不高。府中站為舊車站商圈主要人潮的樞紐，細看地圖，南門街上三間糕餅業者被標示出：長興餅舖、伊莎貝爾、大黑松小倆口，透過政府力量中選擇部分點位作為街區代表(照片 4-1-28)。指標方向標出了：林本源邸、板橋熱區、慈惠宮、接雲寺和滄雅夜市，整體有標示不明顯和不足的問題(照片 4-1-29)。公部門在(照片 4-1-29)中，南門街地圖上標示出伊莎貝爾、大黑松小倆口、皇樓喜餅和長興餅舖，說明在政府權力下，賦予了街區特定意涵。業者也期待，能在硬體上設立南門街—「喜餅街」地標名稱，更能強化南門街喜餅街的意象發展。

公部門在更替頻繁下，邀請熟知板橋商圈發展的協會會長參加會議，討論各種活動建設。然而，南門街喜餅業者在絕大部分屬於連鎖經營分店型態，未能擁有太多決策權，對地方活動參與性低。同時，公部門的非日常節慶活動—霞海城隍月老回娘家出現部分與地方脫離的現象，為外地的神祇，未與喜餅產業結合。清代枋橋城的風貌，在公部門的建設下成為日常的古風地景。在古色古香的地磚與告示牌，略為展現與喜餅產業的連結，將符號與街區建立連結。

第二節 後站地區—婚紗街的地景形塑

19 世紀初，攝影技術在歐洲出現。日治時期，由於相機價格昂貴不易擁有，新人多選擇在寫真館拍攝結婚照片。在 1950 年代，約有八成的新人會拍結婚照，直至 1960、1970 年代才全面普及，此時期的造型都是結婚當天到美容師店裡化妝，晚上喜宴結束卸妝。³¹⁷

在 1970 年代，進入了彩色照片時期，人物與表情都變得比較親密或是活潑。攝影地點多在室內照相館或者新人的家中拍攝。然而婚俗中重視的好日子，使婚紗業存在明顯的淡旺季差異，在旺季許多新人等候排隊品質控管不佳。³¹⁸

1977 年，芝麻攝影提出在婚前風景區拍照的構想，同時提升了拍照品質。婚紗照從當天轉變成為婚前拍照的模式，消費量也逐漸增加。同時，以攝影服務為核心，開始納入相關的上下游服務，其中新增營運項目的禮服出租與美髮美容最為重要。³¹⁹例如：1983 年創業的中視新娘世界，在 1982 年設立禮服工廠、隔年成立美容美髮部門。在 1983 年設立的「芝麻婚姻廣場」，推出其所謂的「包套服務」，包含攝影、禮服出租、美髮美容以及婚禮或婚後用品的採購等多項服務。於是結合「攝影」、「禮服」及「造型」三大項服務新型態專業婚紗攝影公司正式出現。由於包套制度大幅激增了消費量，加上經濟持續成長，拍照風氣興盛，利潤高，當時吸引許多業者投入市場。³²⁰

隨著婚紗攝影已然純熟，婚紗攝影公司的工作流程如圖 4-2-1 所示，已有固定流程順序與各式專業合作。婚紗攝影產業於台北市發展後，全台各地亦出現仿效，而板橋後站在 1983 年出現第一家婚紗攝影公司—中視新娘世界。板橋後站在 1990 年代達到 17 家婚紗店家聚集，成為業者、媒體與消費者口中的婚紗街。板橋婚紗街的規模，在大台北都會區僅次於台北市中心的中山北路、愛國西路婚紗街。其中，以業者與政府為主要的地景形塑力量，透過婚紗符號的建構、強化

³¹⁷ 張媛玲(1997)。台北婚紗攝影的社會學研究。臺灣大學社會研究所碩士論文。

³¹⁸ 張媛玲(1997)。台北婚紗攝影的社會學研究。臺灣大學社會研究所碩士論文。

³¹⁹ 張媛玲(1997)。台北婚紗攝影的社會學研究。臺灣大學社會研究所碩士論文。

³²⁰ 張媛玲(1997)。台北婚紗攝影的社會學研究。臺灣大學社會研究所碩士論文。

與傳播，將婚紗的符號鑲嵌於板橋後站。

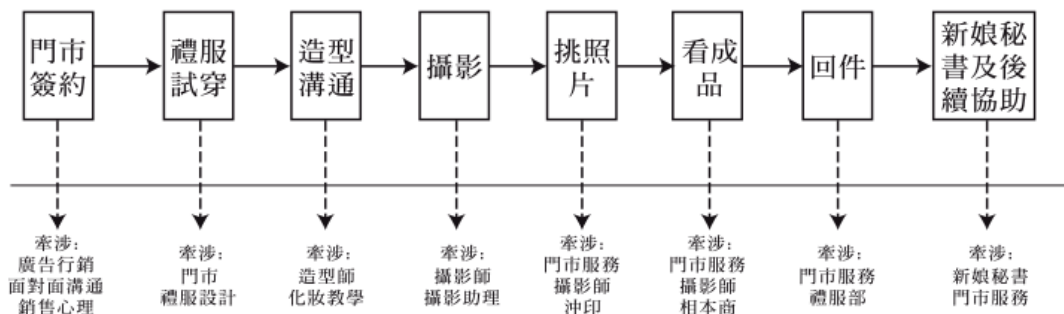


圖 4-2-1 婚紗攝影工作流程

資料來源：金家禾、徐欣玉(2006)³²¹

壹、符號的創造—品牌

消費社會中，在不虞匱乏的物品中，消費者已難以辨別選擇。因物品的使用價值的差距漸消失，企業轉而經營物品符號價值的差異化。板橋婚紗業者，在1990年代已成北部大型婚紗街，在婚紗攝影競爭趨激烈下，透過商品的品牌名稱，與藉由婚紗展以大眾傳媒傳遞商品訊息，展現出差異的符號。

布希亞認為的消費，不再是限於經濟行為，更轉化為在種種符碼下，已被差異化的符號為媒介而如同語言活動般的文化行為。³²²說明消費的內容不再是以使用價值，而是符號價值。

婚紗攝影的消費，是與社會連結的，包含實質與無形的面向。實質的巨幅婚紗照，如同巨星一般，並影像化了理想中的美貌和浪漫的愛情。無形中的消費過程，成為一生一次的愉悅回憶。³²³馬克思將物品價值分為使用價值和交換價值，布希亞指出另有符號價值。婚紗攝影這個消費物，本身屬於文化消費。又在婚紗

³²¹ 金家禾、徐欣玉(2006)。影響創意服務業空間群聚因素之研究—以台北中山北路婚紗攝影業為例。《國立臺灣大學建築與城鄉研究學報》，第13期，1-16。

³²² 星野克美等著(1988)。《符號社會的消費(記号化社会の消費)(黃恆正譯)》。台北：遠流。(原作於1984年出版)

³²³ 李玉瑛(1999)。實現你的明星夢—台灣婚紗照的消費文化分析。《台灣社會研究季刊》，第36期，147-186。

攝影的質與量大為增長下，超乎了消費者的選擇能力，婚紗公司透過符號的建構，創造出物的差異，成為個性化後的物。

「我舅舅當初選擇中視這個名字，是因為那時候中廣電台的傳播力強，」(受訪者 D，2019 年)婚紗業者非常注重店名的命名，店名代表了婚紗的文化風格取向，也與時下流行文化密切相關。

「品牌功能在於標明產品，第二度功能則是動員感性的潛在意義」。³²⁴以板橋最大的婚紗公司唐朝為例，經營者詹益彰先生，創立東京攝影後，又陸續成立唐朝婚紗、蘇格蘭婚紗和希臘婚禮等品牌。透過不同的地名命名，指向物的文化，創造出品牌的區隔。後站的婚紗業者，透過命名建立品牌，以片斷的語言建立符號，使物可以被消費。

再將婚紗品牌與本章第二節研究方式，將命名分為典型與否、具體與否，再設立具體利益類型，共為六類。典型，為婚紗傳統常用名稱，如：喜事、愛情、女性意涵或中文名等較直觀之中式命名。反之，外文、外文之音譯、地名等抽象性的命名則列入非典型。依據工商登記，將現存的板橋後站婚紗攝影公司和經營達五年者店家資料皆列入本表。將具有婚紗、婚禮或攝影的命名，視作具體。而採用中文命名而非外文音譯者，分為典型。(表 4-2-2)

³²⁴ Jean Baudrillard(2018)。物體系(*Le système des objets*)(林志明譯)。台北：麥田。(原作 1968 年出版)

表 4-2-2 板橋後站婚紗攝影命名分類

命名類型	意涵	婚紗品牌
典型非具體	符合一般傳統常用的產品名稱，名稱傳達具體產品訊息的能力較弱。如：婚禮喜事或中式命名，但未有婚紗商品的訊息。	無
典型具體	符合一般傳統常用的產品名稱，且傳達具體的產品價值或效用的訊息能力較高。如：婚禮喜事或中式命名，具有婚紗商品訊息。	※唐朝婚紗帝國、※真愛婚禮、嘉琳婚紗攝影、中視新娘世界、嬌點攝影婚紗、女王禮服照相社、喜臨門禮服照相社、美夢成真攝影婚紗、經典時尚婚紗攝影、愛戀婚紗攝影
典型具體利益	典型具體類型基礎上，更強調說明產品利益價值，例如象徵財富高貴之意。如：婚禮喜事或中式命名，說明具體的產品利益。	※D-S Wedding 第一婚禮
非典型非具體	有別於一般傳統常用的產品名稱，且傳達具體產品訊息的能力較低。如：外文命名或符號命名，但未有婚紗商品的訊息。	※蘇菲雅
非典型具體	不符合一般傳統常用的產品名稱，且傳達具體的產品價值或效用的訊息能力較高。如：外文命名或符號命名，具有婚紗商品訊息。	※希臘婚禮、※法拉莉婚紗、※紗法亞精品婚紗、※Ti amo wedding 堤亞莫義式手工婚紗、※真愛婚禮、費加洛婚紗攝影、鳳凰城攝影、香榭莉莎婚紗攝影、愛倫斯精品婚紗攝影、夢時代精品婚紗、蒂芬妮婚紗
非典型具體利益	非典型具體類型基礎上，更強調說明產品利益價值，例如象徵財富高貴之意。如：外文命名或符號命名，說明具體的產品利益。	米蘭影壇

資料來源：曹馨元(2012)、各家婚紗攝影官方網站、本研究劃分

註：現存店家採用招牌，而非商業登記名稱作為品牌名稱，並加註※記號。

在表 4-2-2 中，板橋婚紗業者以「具體」寫出婚紗、婚紗攝影的業者占絕大多數。相較於大型連鎖喜餅企業，大量創造抽象符號；而板橋婚紗攝影業者為獨立經營，無法走向全國性品牌，故命名中清楚列出商品訊息。

而符號的創造，亦隨著物的質量的演變，出現抽象化的過程。早期板橋的婚紗攝影公司如：嬌點、女王禮服和喜臨門等命名，是典型的命名，未有顯著的符號價值建構，初期婚紗屬於新型態的物，物的質與量尚有差距所致。而新設的業者：法拉利、愛倫斯和紗法亞等命名，呼應在豐產的消費社會中，更喜愛以非典型的命名製造符號價值，增加消費者的想像空間。

表 4-2-3 板橋婚紗攝影命名類型

類型	板橋婚紗攝影品牌
地名類	希臘婚禮、米蘭影壇、東京攝影、蘇格蘭婚禮、鳳凰城攝影
地標類	香榭莉莎婚紗攝影
精品類	法拉莉婚紗、愛倫斯精品婚紗攝影、蒂芬妮婚紗
愛情類	Ti amo wedding 堤亞莫義式手工婚紗
中式文化	唐朝婚紗帝國、中視新娘世界

資料來源：經濟部商業司工商登記網、本研究劃分

索緒爾(Ferdinand de Saussure)將符號(sign)的體系分為：能指(significant)和所指(signified)。透過能指與所指的兩面性，作為表裡一體的事物。³²⁵消費社會中，物品的使用價值不再如此重要，改由符號價值取代。這些品牌名稱，表面的命名做為「能指」，另有「所指」物的符號系統背後意義。

故將板橋婚紗攝影品牌命名分為數類：地名類、地標類、精品類、愛情類和中式文化類。其中地名和地標類的選擇，反映了人類對空間的想像，進而將地方形成符號。這些婚紗攝影品牌選擇的地方尺度，有一個國家，如：希臘；有一個

³²⁵ 星野克美等著(1988)。符號社會的消費(記号化社会の消費)(黃恆正譯)。台北：遠流。(原作於1984年出版)

區域：蘇格蘭；有一座城市：米蘭、東京；亦有一個地標：巴黎的香榭大道(諧音：香榭莉莎)。(表 4-2-3)

地方，作為蘊含歷史與社會過程的空間，人本主義地理學認為，地方的經驗是個人在意識層面中學習而來。³²⁶這些地方透過大眾傳媒，以特定論述深植人心：巴黎為浪漫的、香榭大道是精品大街、希臘碧海藍天海島浪漫風情、東京為日本流行文化先驅和蘇格蘭為英式歷史傳統。相較於喜餅，藉由品牌廣告被指向地方；婚紗攝影，藉由品牌實際指稱，指向地方。這些品牌名稱，反映人們對地方的想像。這些特定的地方成為人的選擇，轉化成為符號，進而成為被消費的物。

貳、符號的傳播—大眾傳媒與節慶化下的傳播

一、婚紗街與大眾傳媒

婚紗攝影屬於新式婚俗，為 1978 年芝麻攝影創造出獨特的流行文化，其中禮服租借、攝影和妝髮造型為三大主要服務。消費的符號化，其中大眾媒體扮演吸收符號，進而傳遞符號的功能。廣告傳媒將這項新式婚俗、新式消費傳播到普羅大眾，進而製造對群體規範的臣服。

「婚紗禮服大致可分為三種風格：歐洲路線強調華麗，綴有刺繡、珠片等裝飾；日本路線以保守、純潔為訴求重點，裝飾較少；及結合前二者的美國風格。而目前台灣所流行的則是表現華麗感的歐洲風格；至於款式則流行多種穿法，即一衣多穿。」³²⁷

於 1980 年代後，從新聞傳媒中，出現許多禮服的款式³²⁸、化妝與髮型³²⁹等流行文化介紹。說明大眾傳媒，扮演了對婚紗攝影消費的推波助瀾的角色。其中，

³²⁶ 段義孚著；潘桂成譯(1998)經驗透視中的空間和地方。台北：國立編譯館。

³²⁷ 高蘭馨(1988-12-05)流行眼 演出今生的最美麗 婚紗禮服流行一衣多穿。經濟日報 24 版：經濟生活。

³²⁸ 黃金昭(1982-10-23)梳成一頭美髮談何容易 婚前九月就得開始準備。經濟日報 09 版：美容、美髮攝影禮服專輯。

³²⁹ 石美玲(1988-02-01)新娘系列 三之一 婚紗花飾巧搭配。聯合報 13 版：家庭與婦女。

這些傳媒說明了當時台灣對異國文化的模仿喜好，包含了歐洲、日本與美國。其中，婚紗禮服除了西方國家的文化模仿，亦有日本文化。

「1996 年，哈日幸子首度創造『哈日族』一詞，……，可窺見 90 年代台灣文化政治的本土化轉向。」³³⁰與此文化趨勢相符合，從聯合新聞資料庫中，約莫 1980 年代後期，日本婚禮消費新聞分量加重。亦可窺見台灣從中華文化學習抵抗日本文化的政治背景，漸轉變學習仰慕日本文化。

「台北市目前結婚攝影業聚集的街道，最早的是西門町昆明街，接著是依附在國父紀念館四周仁愛路、光復南路，其後中正紀念堂的落成又吸引更多的業者在愛國東路上比鄰而立，最近的新興地則是羅斯福路二、三段，家數不是最多，生氣卻最旺。」³³¹

1989 年，平面媒體出現第一個婚紗攝影公司³³²和婚紗攝影專業街³³³的紀錄。當時以「攝影街」說明台灣最早的婚紗街—羅斯福路二三段一帶。而 1992 年，以「婚紗街」一詞，介紹了台北市愛國東路與中山北路的婚紗攝影業集中的現象。

334

「一分錢一分貨，這也是台北婚紗市場兵分三路，分別在愛國東路、中山北路和板橋一帶逐漸形成婚紗集散地的原因。」³³⁵

「板橋市婚紗街，集中在舊火車站的後站商圈，重慶路、民權路一帶，短短約 100 公尺的直徑內，已經有 15 家婚紗店，與台北市愛國西路婚紗店一樣多，業者標榜展示與攝影空間大，價格又比台北市便宜，現在正逢淡季，可是殺價好時機。」³³⁶

以婚紗街一詞搜尋，在 232 筆資料中，共有台北羅斯福路、愛國東路、中山

³³⁰ 李明璁(2009-06)。去／再領域化的西門町：「擬東京」消費地景的想像與建構。《文化研究》，第 9 期，119-163。

³³¹ 黃秀義(1989-10-06)。羅斯福路二、三段 儼然已成為攝影街。《經濟日報》，19 版。

³³² 陳智華(1992-06-14)。婚紗街 喜洋洋。《聯合報》，16 版。

³³³ 黃秀義(1989-10-06)。羅斯福路二、三段 儼然已成為攝影街。《經濟日報》，19 版。

³³⁴ 陳智華(1992-06-14)。婚紗街 喜洋洋。《聯合報》，16 版。

³³⁵ 袁青(2002-03-21)。人家千金這樣嫁。《聯合報》，33 版。

³³⁶ 林昭彰、徐慈憶(2005-08-20)。拍婚紗到北縣 粉省 粉美 長長婚紗街 風格很多元 至少省萬元 成果一樣美。《聯合報》，C1 版。

北路、板橋、台中、高雄這幾個區域被稱作婚紗街。板橋在 1990 年代已達 17 家規模，規模已成為北部區域的重要婚紗街之一。2002 年和 2005 年的這兩篇新聞，又說明了台北地區的愛國東路、中山北路與板橋的婚紗差異。中山北路走向高價路線婚紗，而板橋為平價取向。

「張宏陸說，板橋市公所周邊舊商圈再造，是市公所積極努力的目標。前站的黃石市場、果菜批發市場、糕餅街，和後站的婚紗街、中山路商圈，隨著火車站遷移略顯落寞，明年捷運通車後，勢必會有人潮回籠，希望整合商家的力量，打造更繁華的商圈。」³³⁷

2000 年後，婚紗攝影為台灣向海外輸出的熱門產業，台北市亦積極打造愛國東路的婚紗攝影專業街形象。板橋的婚紗業者於 1999 年，開始出現在新聞媒體中發言，於消費新聞中介紹禁忌、孤鸞年與婚紗產業特性。³³⁸而板橋婚紗街一詞，在 2005 年首度出現於政府回應的平面媒體新聞中。隨著台北市地區婚紗街成型，板橋地區亦被稱為板橋婚紗街。2000 年初期，當台北市積極營造婚紗街的時刻，板橋舊車站商圈面臨了板橋車站遷站，商圈沒落的問題。因此地方政府，將板橋舊車站商圈的各式產業，作為政策宣傳經營對象。政府推動下將板橋婚紗攝影業專業街的名稱推向媒體，再由媒體傳播至各地。

二、板橋婚紗街的節慶化

相較於南門喜餅街多為連鎖經營，以品牌廣告為主；後站婚紗街則是獨立經營，以活動與參加婚紗展為主要宣傳模式。板橋婚紗業者透過與各式節慶結合³³⁹、地方慶典³⁴⁰結合。

「遠東百貨板橋分公司……一樓追夢廣場的環球婚紗展今天有專業模特兒

³³⁷ 江翠淹水 緊急疏濬(2005-05-13)。聯合報，C2 版。

³³⁸ 陳燕棋(1999-09-14)。久一久大吉日 結婚熱門日 婚紗業者忙忙忙 造型師搶搶搶。聯合報，20 版。

³³⁹ 好采頭捕捉美的剎那(1989-10-15)。經濟日報，12 版。

³⁴⁰ 顏明達(2001-04-01)。陶瓷老街周年慶 婚紗秀揭幕 免費露天咖啡 享受歐式生活 今天有手拉坯及音樂表演。聯合報，18 版。

秀婚紗、明天有藝人葉歡為環球婚紗當代言人。」³⁴¹

「大會並在一樓設置圓形展覽場，安排中國古式傳統禮服、創意服飾，而中視新娘世界板橋店也提供『螢光禮服』，以及總重達 20 公斤的『台灣最大蓬裙禮服』展出，讓民眾可以感受到不同的婚紗變化。」³⁴²

台灣在 1979 年舉辦了第一屆婚紗攝影展，由當時婚紗攝影三大龍頭：中視、芝麻和哈佛主辦，創造了婚紗展的消費型態。對業者而言，婚紗攝影展中，展示了專業模特兒的婚紗相本圖像，能成功吸引消費者，是過去創造業績的重要活動。(受訪者 J，2019 年)

板橋婚紗業者的節慶化活動—婚紗展，主要地點位在板橋在地的百貨公司³⁴³或者五股的小世貿—台北縣工商展覽中心³⁴⁴。婚紗展為地方政府(當時：台北縣政府)主辦，以全台北縣為範圍，以規模最大的板橋的業者，作為婚紗攝影論述為發言者。

「板橋市婚紗業者目前正在板橋遠東百貨公司十三樓舉辦婚紗博覽會，……板橋意大利米蘭婚紗館副總經理顏應蓮表示，博覽會展出今年春夏流行的婚紗及禮服，還有今年新出的卅吋無接縫寬頻婚紗照、依結婚照用金箔紙製成的金紗版畫及有素描效果的結婚照。婚紗設計師施月玲指出，最近幾年流行的婚紗及晚禮服，都以簡單素雅為主，晚禮服則講究時裝化，只要搭配披肩或各式流蘇配件，就有多樣變化。」³⁴⁵

「板橋市婚紗業者昨天在板橋遠東百貨公司舉辦世界盃足球禮服發表會，推出造型特殊的足球禮服，讓六月新娘拍婚紗時穿，趕上世足賽的風潮。足球禮服並不便宜，每套要十萬元，其中一款『帽子戲法』禮服，清涼有勁，成了鏡頭焦點。」³⁴⁶

³⁴¹ 百貨櫥窗(2001-08-18)。聯合報，19 版。

³⁴² 林全洲(2001-10-25)。20 公斤蓬裙 婚紗秀有看頭。聯合晚報，20 版。

³⁴³ 陳燕模(2001-11-26)。清涼秀 春已近。聯合報，17 版。

³⁴⁴ 林全洲(2001-10-25)。20 公斤蓬裙 婚紗秀有看頭。聯合晚報，20 版。

³⁴⁵ 饒磐安(2002-03-29)。板橋 婚紗博覽會 明後兩天 推出禮服秀。聯合報，19 版。

³⁴⁶ 饒磐安(2002-06-22)。新娘禮服 趕上世足風潮。聯合報，19 版。

「中視新娘世界板橋店昨天下午在板橋遠東百貨公司舉辦『聯合國世紀和平婚禮』，展示世界五大洲風情設計的婚紗禮服，並請來多對異國情侶當模特兒，吸引許多民眾觀賞。」³⁴⁷

從新聞資料庫中可觀察到，不論是台北或板橋，2000年初期是婚紗攝影產業的蓬勃發展階段。板橋婚紗攝影業者藉由婚紗展覽，模特兒走秀展示禮服，透過傳媒說明流行趨勢。相片的滾邊、接縫、數位效果和禮服風格的各項細節。更甚者，禮服可以呼應世足賽與非洲風格。說明在豐產的消費社會中，物已不虞匱乏，走向陳述物的邊緣性差異。

「聚集許多婚紗攝影業的板橋『婚紗街』，位在公園街一帶，包括館前東路、重慶路交叉口周遭，延伸到民權路、中山路一段附近，鄰近的介壽公園也是熱門婚紗取景地點。打算結婚的新人到慈惠宮參拜，可順便逛逛糕餅街、婚紗街。」

348

「新北市政府跨局處籌辦『2011 大聲說愛』七夕情人節活動，地點看中新北市最熱鬧的板橋後站商圈，包括中山路（民族路至館前東西路間）、重慶路（公園路至縣民大道間）及非熱常區，有婚紗街、咖啡、西餐、流行服飾及商品等多樣化消費形態。」

2010年台北縣政府主辦的台北縣媽祖文化節中，除了形塑南門街為糕餅街外，亦傳播了後站公園路、館前東路到重慶路地區為婚紗街之符號。板橋後站的婚紗業者多為獨立經營，透過網站、店面宣傳與參展宣傳店家；而地區的「婚紗街」符號形塑，則以地方政府為主要經營者。

³⁴⁷ 饒磐安(2002-09-14)。異國風情婚紗 添浪漫 五大洲為題 有狂野有高雅 非洲炫麗圖案引人注目。聯合報，19版。

³⁴⁸ 黃福其(2010-04-16)。順遊逛婚紗 買糕餅。聯合報，B2版。

參、符號的強化—地景

這些消費社會下的各式符號，透過業者與政府在店鋪、街道和公共設施等具體的都市空間中再現。業者在對異國文化的模仿想像中，透過商店建築與各式攝影棚再現。

一、業者

布希亞於〈象徵交換與死亡〉中，說明仿物的三階段：「第一，『仿造』是從文藝復興至工業革命的古典時期主要模式；第二，『生產』是工業時代的主要產物；第三，『仿真』是目前受到符號支配的階段的主要模式。」³⁴⁹當代社會的仿物已進入仿真，為符號支配的系統下的結構規律。

擬像的四階段中，第四階段的擬仿物（simulation），已經不能與現實的行為和空間相對應，變成一種純粹符號「擬仿」。符號原本具有某種指示對象，但是在這個階段上，其指示對象並非「實體」，而是某種符號而已。

以婚紗街的希臘婚禮為例，採用白色與藍色對比，呼應希臘藍天印象，是後站婚紗街中風格最強烈的店家。(照片 4-2-1)希臘的藍白對比印象，源自 Mykonos 島的藍色圓頂與白色牆面的建築結構。(照片 4-2-2)而藍色磚造圓頂消失，以藍色金屬建材滾邊作為替代；白色牆身與小窗也被簡潔的白色長條建材取代。這棟建築將符號融入，形成再現的空間，實質上成為擬像的第四個階段擬仿物。

³⁴⁹ Jean Baudrillard (2006)。《象徵交換與死亡(L'échange symbolique et la mort)》(車槿山譯)。南京：譯林。(原作 1976 年出版)

	
照片 4-2-1 板橋婚紗建築風格(希臘婚禮) 資料來源：本研究拍攝(2019/4 月)	照片 4-2-2 希臘米克諾斯島(Mykonos) 資料來源：東南旅遊網
	
照片 4-2-3 希臘婚禮攝影棚(韓風) 資料來源：希臘婚禮官方網站³⁵⁰	照片 4-2-4 希臘婚禮攝影棚(陽光) 資料來源：希臘婚禮官方網站³⁵¹

³⁵⁰ 希臘婚禮官方網站：<https://greekwedding.com.tw> (檢索日期：2019/5 月)

³⁵¹ 希臘婚禮官方網站：<https://greekwedding.com.tw> (檢索日期：2019/5 月)

	
照片 4-2-5 板橋婚紗櫥窗(唐朝婚紗帝國) 資料來源：本研究拍攝(2019/5 月)	照片 4-2-6 板橋婚紗街 資料來源：本研究拍攝(2019/5 月)

婚紗攝影的空間需求大，一樓為櫥窗展示和接待區，其他樓層為禮服區、攝影區與其他用途，故為多層樓建築。板橋後站婚紗街以禮服種類最多為號召的唐朝，為佔地寬廣的四層樓空間。由於婚紗攝影是流行性強的產業，店家的裝潢風格與攝影棚亦需要常常更改，才能符合消費者獨一無二的喜好。(受訪者 D，2019 年)婚紗業者最重要的一樓櫥窗，總是放置最新最華麗的禮服，成為誘惑消費者的空間。

「希臘婚禮用電影場景的超高規格完美打造 30 個實景背景、各式異國拍攝風格，包含新人最愛的：陽光花房、歐式拱門、全白落地窗、櫻花樹……等。讓每一位新人無需東奔西跑、日曬雨淋也能拍出令人驚艷的婚紗照。」³⁵²

婚紗攝影，在日治時期是結婚當天在照相館拍攝，或者於婚禮當日在家中拍攝。新式婚俗—婚紗攝影出現後，改為婚前攝影，拍攝場景也漸漸脫離日常生活空間。改為山上、海邊、各大景點或為室內棚拍。室內攝影棚採取數個元素擺設：盆栽、窗、復古沙發、鋼琴等，營造出與流行文化相呼應的背景；但受限於空間，通常為特定角度取景(照片 4-2-3、4-2-4)。

空間作為商品置放的場所，成為符號具體再現的空間。透過洋溢文化風格的

³⁵² 希臘婚禮官方網站：<https://greekwedding.com.tw> (檢索日期：2019/5 月)

招牌、巨型櫥窗展示的婚紗(照片 4-0)與大型風格建築物(照片 4-2-5)，強化了後站中的婚紗符號。因此，後站街道被商品化，透過婚紗符號的強化，這些「婚紗」構成的擬像，優先於現實的街道。這些婚紗櫥窗裡展示創造的非日常，與百貨公司一般以物的聚積形成非日常空間，是「物品具有的象徵性價值所產生的宇宙。」³⁵³(照片 4-2-6)

二、政府

「縣議員呂進福、王銓榮、廖學廣、童永雄等人認為，縣府舉辦集團結婚，以贈送洗衣機作號召，來吸引民眾參加集團結婚，這些民眾很可能為了洗衣機才參加，如果沒有，就可能興趣缺缺。且集團結婚舉辦目的在改善民俗，倡導婚嫁節約。」³⁵⁴

王志弘指出，台北市戰後的文化治理階段，分為：1960~1970 年代中期的中華文化復興運動，是國共內戰後濃厚的文化宣傳與教化；1970 年代後期到 1990 年代初期為富而好禮階段，轉向精緻藝文消費；1990 年代中期至 2002 年，在解嚴與政權轉移下，走向多元文化政治，強調庶民文化與多元族群，文化治理更為重要。³⁵⁵說明地方政府的政策走向，影響了文化的意義與內涵，進而形塑不同的都市空間結構。將這段新聞對呼應了政府文化治理的方向，在 1980 年代的集團結婚，選擇在教化意味濃厚的中山堂，活動內涵也以禮俗教化為目的。

「捷運車站興建以及鐵路板橋車站遷移，使板橋市重慶路的舊後站商圈發展逐漸沒落，市公所和板橋市商圈景觀發展協會、板信銀行合作，昨天下午將部分路段封街舉辦『歡天喜地嘉年華會』，吸引人潮圍觀，重燃店家的信心。」³⁵⁶

政府力量是主要地景的創作者，主導著商圈發展。而商家組成的後站商圈發

³⁵³ 星野克美等著(1988)。符號社會的消費(記号化社会の消費)(黃恆正譯)。台北：遠流。(原作於 1984 年出版)

³⁵⁴ 集團結婚不該贈送洗衣機 議員為此爭論不休(1984-03-14)。聯合報，06 版。

³⁵⁵ 王志弘(2003)。台北市文化治理的性質與轉變，1967-2002。台灣社會研究季刊，第 52 期，121-186。

³⁵⁶ 吳文良(2005-08-08)。板橋後站商圈 風華再現 封街辦活動 人潮聚集。聯合報，C2 版。

展協會，企圖影響政府決策方向。在政府和業者合作下，將婚禮產業與後站連結，企圖在板橋後站這個區域，畫上婚禮的符號。

「板橋市公所表示，經濟不景氣又碰上孤鸞年，許多準新人因此延後結婚計畫，造成婚紗業者與喜餅、餐廳生意也大受影響；為了鼓勵新人把握幸福，並刺激板橋地區婚紗、喜餅和餐廳等相關產業成長，市公所決定在 435 藝文特區舉辦集團結婚。」³⁵⁷

「板橋市長江惠貞、代表會主席曾煥嘉，昨天上午帶著 50 對新人穿過介壽公園婚紗廣場的幸福之門，接著安排新人們搭吉普花車，由騎警隊員騎馬前導，在市區熱鬧遊街，前往板橋 435 藝文特區婚禮現場，由江惠貞和曾煥嘉分別擔任主婚人，並接受縣長周錫瑋的福證。」³⁵⁸

2009 年，板橋區公所辦理的集團結婚，選擇先在介壽婚紗公園出發，作為活動起點，強化板橋後站的婚禮產業的連結。1975 年設立的介壽公園，在公部門規劃中，刮除重寫成為全新的意象——婚紗公園，作為商圈發展政策的成果。從日常地景與節慶化活動，亦可看出政府部門對於婚禮產業的助力，地方政府將集團結婚活動與當地婚禮產業結合，藉此挹注婚禮產業業者；同時亦建立了強化符號的地景——介壽婚紗公園。

³⁵⁷ 饒磐安(2009-02-27)。板橋集團婚 送 2 萬元贈品。聯合報，C2 版。

³⁵⁸ 饒磐安(2009-06-29)。板橋集團結婚 豔陽下擁吻。聯合報，B2 版。

肆、後站婚紗產業的地景形塑與第三空間

介壽公園作為板橋後站商圈的公共空間，也是鄰近婚紗業者偶爾拍攝簡易外景的景點。隨著政府文化治理的轉化，介壽公園從教化意味濃厚的政治地景，轉變為與婚紗產業相互呼應的公共休閒空間。

一、板橋介壽公園的成立與政治地景

介壽公園在 1975 年建成，是板橋市民的公共空間，在板橋市公所資料中，是板橋最早設立的公園³⁵⁹。面積 11083 m²，在綠地面積不大的板橋，已屬於中型公園。現在的公園內，有涼亭、步道、山丘、音樂台、遊樂場、造景、室外體健設施、露天表演場、活動小廣場等公共設施。³⁶⁰就如同一般的公園綠地，平日介壽公園作為舉辦活動、市民休憩，非日常時期則為選舉造勢，或者政令宣導醫療檢測的地點。

「板橋市各界人士，於去年發起興建的介壽公園，於昨(三十一)日興建完成，並於總統蔣公銅像前舉行竣工典禮。介壽公園由板橋市長郭政一擘劃，地方企業界熱心贊助興建而成，……，其中『朝鳳園』是由厚生關係企業負責人徐風楷、徐風和昆仲，仰承總統蔣公德澤，並秉其先父徐朝鳳『厚生社會』之初衷，以及『取之於社會、用之於社會』的企業精神，由楊英風教授設計，作為老人休憩的地方，故又名『彭祖活動中心』，面高懸故總統蔣公頌賜朝鳳先生的『風範長昭』扁額，園內有各項消遣設施。」³⁶¹

1975 年興建時的新聞資料，記載了公園興建的規劃者與地景。在戒嚴時期，公部門掌握地景營造主導權力，公園過去造景是涼亭「育樂亭」、假山、瀑布與蓮花水池的中式造景(照片 4-2-7、照片 4-2-8)，並豎立蔣公銅像宣揚政治權威，表達對已故總統的追思與對人民的馴化。不只公部門，地方商界人士一深根板橋

³⁵⁹ 板橋市公所網站—板橋區公園：

https://www.banqiao.ntpc.gov.tw/content/?parent_id=10057(檢索日期 2018/11/30)

³⁶⁰ 板橋市公所網站—板橋區公園：

https://www.banqiao.ntpc.gov.tw/content/?parent_id=10057(檢索日期 2018/11/30)

³⁶¹ 板橋介壽公園竣工(1975-11-01)。《經濟日報》，07 版。

的厚生關係企業亦參與其中。公園當中豎立起蔣中正的紀念銅像，周圍設有花壇，在信服蔣中正統治政權的支持者眼中，是值得瞻仰的政治地景(照片 4-2-9、照片 4-2-10)。³⁶²



照片 4-2-7 板橋介壽公園育樂亭
(1974-1975 年)

資料來源：楊英風數位美術館³⁶³



照片 4-2-8 板橋介壽公園假山造景
(1974-1975 年)

資料來源：楊英風數位美術館³⁶⁴



照片 4-2-9 板橋介壽公園毋忘在莒造景
(1974-1975 年)

資料來源：楊英風數位美術館³⁶⁵



照片 4-2-10 板橋介壽公園蔣公銅像(1974-1975 年)

資料來源：楊英風數位美術館³⁶⁶

³⁶² 李孟禧(1991-10-31)。發文學校機關 盼向蔣公銅像致敬 北縣社局不同往常。《聯合晚報》，10 版。

³⁶³ 楊英風數位美術館 <http://yuyuyang.e-lib.nctu.edu.tw/>(檢索日期:2018/12 月)

³⁶⁴ 楊英風數位美術館 <http://yuyuyang.e-lib.nctu.edu.tw/>(檢索日期:2018/12 月)

在介壽公園落成後，公園綠地成為當地房地產銷售的賣點。³⁶⁷在白天作為老人休閒、藝術展地、醫療地點、公共活動進行之場所。1988 年，前站證券業和後站商圈人車擁擠，開始有介壽公園建立立體停車場或原計畫兒童休閒的衝突³⁶⁸，呼應了當年板橋商業活絡與住宅增加的都市發展現況。

然而夜間幽暗隱蔽的公園，宛若另一個世界一常有戀人在此談情說愛，夜晚公園的犯罪事件亦時有所聞，例如：竊盜、恐嚇抽取戀愛稅³⁶⁹、販毒活動³⁷⁰、槍械活動、翹家青少年聚集³⁷¹，無家可歸者³⁷²，甚至曾有歹徒大膽襲警以致刑警死亡³⁷³。自小不少老板橋人，雖然白天在公園聚集休憩，晚上則迅速走避。警方也常將介壽公園，作為犯罪人士搜查之重點地區。政令宣導新聞中，在介壽公園作為保險套零售地點，並設置愛滋篩檢處³⁷⁴，暗喻著地方的情慾犯罪流動。

介壽公園的政治地景，也隨著時代演變受到挑戰。1990 年代也是台灣解嚴破除集權統治的年代³⁷⁵，介壽公園自創立時的蔣公銅像，引發當時黨外人士抨擊抗議。1990 年，民進黨縣議員參選人數人，在公園內透過發表演說、蛋洗蔣公銅像、油漆漆字與諷刺歌曲，表達對蔣家政權不滿。希望拆除蔣公銅像，另外成立二二八事件紀念碑。而國民黨議員與板橋分局則團團包圍銅像，防止銅像區花壇遭人闖入。³⁷⁶因介壽公園規模不大，近年政治活動以市議員選舉造勢為主，未達全縣首長或總統選舉等級。但 2001 年以前，不只是縣議員、立委，甚至有縣

³⁶⁵ 楊英風數位美術館 <http://yuyuyang.e-lib.nctu.edu.tw/>(檢索日期:2018/12 月)

³⁶⁶ 楊英風數位美術館 <http://yuyuyang.e-lib.nctu.edu.tw/>(檢索日期:2018/12 月)

³⁶⁷ 保全板橋喬美花園新城 第二批四百戶接受訂購(1975-11-22)。《經濟日報》，09 版。

³⁶⁸ 板橋車站人車如潮 影響兒童休憩權利(1988-11-11)。《經濟日報》，16 版。

³⁶⁹ 追捕歹徒 負傷不退 警員曾明樹殉職(1976-05-08)。《聯合報》，03 版。

³⁷⁰ 中盤販毒嫌犯 何家興移法辦(1977-03-20)。《聯合報》，03 版。

³⁷¹ 簡慧珍(1989-11-14)。得不到父母呵護 只好「浪跡天涯」？不少逃家青少年遊蕩公園。《聯合報》，26 版。

³⁷² 林全洲(2003-04-22)。公園涼亭?免費旅館? 速夜宿客 電鍋電扇都有 棉絮散滿地 遊客自動止步。《聯合報》，B2 版。

³⁷³ 追捕歹徒 負傷不退 警員曾明樹殉職(1976-05-08)。《聯合報》，03 版。

³⁷⁴ 呂思逸(2016-06-24)。新增愛滋病友 8 成難尋接觸者。《聯合報》，B2 版。

³⁷⁵ 1987 年由總統蔣經國宣佈同年 7 月 15 日解嚴。

³⁷⁶ 林全洲(1990-01-16)。板橋市介壽公園，街頭劇公開上演 蛋擲蔣公銅像，警民打成一團。《聯合報》，04 版。

市首長選舉王建煊在此舉行造勢晚會³⁷⁷，應該解嚴初期，民眾對選舉反應不大之因素。

在解嚴氛圍下，集會遊行解禁，台灣逐漸走向民主道路，從集權政治的無聲到民主社會福利擴張。介壽公園也在空間使用出現轉化，台北縣政府主導舉辦勞動節活動，有園遊會、表揚模範勞工、慶祝勞動節³⁷⁸。私人企業，亦選在介壽公園作為寫生、攝影、藝術展覽的地點。

二、介壽婚紗公園

1990 年，板橋地區在介壽公園周遭逐漸發展成為一個新興商業區塊。公園四周出現：海山銀行、雅客超市及證券公司陸續開業，優質住宅豪美大樓，大幅刺激其他土地改變現有結構。³⁷⁹1995 年，當後站地區漸趨成熟的時刻，萬華—板橋鐵路地下化工程開始施工，板橋火車站將遷移到板橋酒廠場地的新板特定區。未來的新板特定區，高鐵、捷運地鐵與台鐵三鐵共構，將成為僅次於台北車站的交通新中心。

面對舊車站商圈的面臨衰退之問題，新北市政府在 1999 年，進行「舊板橋車站周邊地區(含廣場)都市發展研究計畫」。希望藉由縣民大道的沿線景觀改造、舊台北縣府大樓再利用，並提出發展與新板特定區有所區隔的專業主題街區，如：挽面街、算命街和婚紗街等，企圖恢復舊商圈的活力。

「市公所以六百多萬元整建介壽公園，包括重新設計蔣中正銅像的底座及投射燈光、周邊綠美化、鏟除假山等等。」2000 年，板橋市公所以 600 多萬元整建介壽公園，這樣的美化建設，說明介壽公園的空間逐漸出現轉化。

置身特定空間的特殊活動，是以及對於空間的想像，是組構認同的必要成分。

³⁸⁰在後站商圈陷入車站轉移的低潮時期，發展協會積極奔走，地方政府(當時為板

³⁷⁷ 雷鳴、孫蓉華、沈旭凱、許聲胤(2001-12-01)最後衝票 北縣雙雄戰到最高潮。《聯合報》，2 版。

³⁷⁸ 簡慧珍(1990-05-02)。各界昨集會 熱烈慶祝勞動節 舉辦盛大園遊會 歡宴模範勞工 場面熱鬧。《聯合報》，26 版。

³⁷⁹ 郭維邦(1990-01-12)。介壽公園附近氣勢已成 板橋新商圈「若隱若現」。《經濟日報》，17 版。

³⁸⁰ 王志弘(1996)。台北新公園的情慾地理學：空間再現與男同性戀認同。《台灣社會研究季刊》：22 期，195-218。

橋市政府)亦做出婚紗囍市產業的公園形象的回應。

「台北縣長周錫瑋還宣布將協助業者成立『囍事業公會』，將在囍事街出入口打造『入口意象』，改造介壽公園成婚紗公園。」³⁸¹

2005 年「歡天囍地嘉年華」活動，以介壽公園作為活動地點。³⁸²2007 年，對於婚紗形象的地景塑造，由公部門台北縣政府引入。公部門將原本地景刮除重寫蔣公銅像移除(照片 4-2-11)，在公園路側依序設立希臘式立柱群、婚禮意象公主與王子立像(照片 4-2-12、4-2-13)。又更改公園名稱、設立巨型愛心盪鞦韆、地磚 Wedding 拼貼與英文愛情詩句刻印(照片 4-2-14、4-2-15)。2019 年又再將公廁改建為婚紗意象符號，包含大型雕塑立像、英文愛情詩句牆面、牆面婚禮意象造景與小巧的新郎新娘作為男女廁所指示(照片 4-2-16)，藉此將公園營造出與周遭婚紗街浪漫婚禮的連結。再由公部門舉行節慶活動，舉行新北市聯合婚禮或板橋市(區)聯合婚禮，以節慶化形塑出婚禮公園的意象。

	
照片 4-2-11 移除蔣公銅像改土地標高點	照片 4-2-12 板橋介壽婚紗公園希臘式柱群
資料來源：本研究拍攝(2019/5 月)	資料來源：本研究拍攝(2018/10 月)

³⁸¹ 吳文良(2007-02-13)。板橋府中商圈 打造囍事街。《聯合報》，C1 版。

³⁸² 板橋歡天囍地 周日活動精采(2005-08-03)。《聯合報》，C4 版。



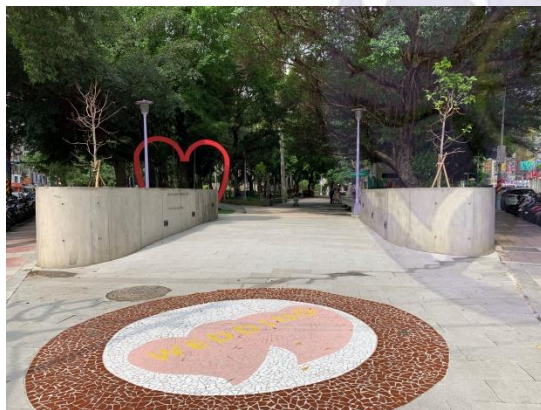
照片 4-2-13 板橋介壽婚紗公園婚禮意象造景

資料來源：本研究拍攝(2018/10 月)



照片 4-2-14 板橋介壽婚紗公園入口標示與巨型新郎藝術作品

資料來源：本研究拍攝(2019/5 月)



照片 4-2-15 板橋介壽婚紗公園入口(心型與 wedding 磁磚拼貼、愛情詩句、心型盪鞦韆)

資料來源：本研究拍攝(2019/5 月)



照片 4-2-16 板橋介壽婚紗公園婚紗概念公廁

資料來源：本研究拍攝(2019/5 月)

三、小結

婚紗街所在的後站地區，過去因板橋車站帶來六萬人的日流量。而 1999 年板橋車站遷移後，至 2006 年捷運府中站設立，這個舊車站商圈從區域性的商圈退縮為地方性商圈。詢問婚紗業者，是否受到商圈衰退之衝擊，受訪者 D 表示影響並不大。除了婚紗屬於選購物的特性外，亦說明板橋婚紗街的規模與符號之遠播，在慣性下仍為區域性消費者的首選。

「如果可以在做之前給我們分配區域，把公園一區一區給每家婚紗公司，公家出錢給我們做景，這樣我們就會很喜歡去拍……我會想做成歐式的，上面是圓頂的，漆成藍色的，下面都是羅馬柱……自來水博物館那種門」(受訪者 D，2019 年)這些公部門的建設，未必符合當地業者的期待，業者期待是脫離日常的歐式異國風情地景，將公共空間成為戶外攝影棚。

不同主體在空間中改造、佔領進而爭奪，形塑空間的認同。³⁸³公部門透過改造介壽婚紗公園的空間，取得空間符號的主導性。於公園的北側、靠近公園路婚紗街的西側(鄰公園路)，設立了各式婚紗符號建物，奪取空間的認同。相對於地方政府，在婚紗公園舉辦節慶化的聯合婚禮。在業者婚紗街成形狀態下，公部門共同形塑婚禮符號地景，是將符號和認同在空間中再現。另一方面，觀察介壽婚紗公園中，來自實踐路旁的榮民服務處的使用者，這些中老年居民白天大量聚集在公園東南側(鄰實踐路)進行社交活動。地景是藉由權力重新建構空間的一部分，反映了個人與集體在支配、協商、抗拒之間的文化政治。

³⁸³ 王志弘(1996)。台北新公園的情慾地理學：空間再現與男同性戀認同。《台灣社會研究季刊》：22 期，195-218。

第五章 結論

本研究企圖將文化與空間建立關聯，說明文化地景的形塑過程。透過婚禮習俗的禮俗物品，作為社會習俗代表，再以中地理論建構與空間的關聯。將都市視同中地，隨著都市階層的提升，成為選購性商品之聚集區域。這些具備高級商品特徵的婚禮產業，同業聚集後形成專業街，再透過業者、政府和大眾傳媒，以符號的選擇、傳播和強化，形塑出「喜餅街」和「婚紗街」的地景。

第一節 研究發現

壹、關於文化與空間的關聯

婚禮習俗為社會文化之表現，與族群文化相關。日治時期，板橋地區漳州人佔板橋人口 60.12%，屬於閩南漳洲的聚集地。這些漳州移民在清代渡海來台後，婚俗因地區與時間演進，逐漸與傳統漳俗出現差距。

板橋區婚俗與漳俗的差異因素，主要轉變受到交通方式改變(如：花轎改汽車)、文化變遷(如：中式禮服轉為西式白紗和禮服、男性西服)、社會價值觀轉變(如：自由戀愛、不收聘金、不丟扇、不潑水)和消費習慣改變(如：婚紗攝影、中式轉中西式或西式喜餅、蜜月旅行)。說明婚俗為社會文化的產物，

這些婚禮習俗中的婚俗需求物，依據選購性強弱，簡化為低級和高級中地物，販售的商店的區位與都市階層相關聯。其中，嫁妝行、喜餅和婚紗攝影這三項婚俗選購性強的高級中地物，具有顯著婚禮產業的特質與實體經營特徵。又以喜餅和婚紗攝影這兩項，婚禮產業特質最為顯著。再連結至都市，板橋有別於其他地區的婚紗街和喜餅街，具有分區聚集不混雜的現象，作為本研究之研究區域。

貳、關於板橋都市發展歷程

清代的林本源家族，形塑了板橋舊市區的街區樣貌；日治時期水陸運交通變化、鐵路興建、都市計畫等因素，形塑了板橋舊中心街區，前站地區為舊核心；後站地區為農地景觀。

本研究修正了板橋市志劃分的戰後歷史發展階段，改分為 1945~1980 年的衛星市鎮階段、1980~2000 年的衛星市鎮轉型階段，和 2000 年以後的台北都會區副都心階段。說明板橋在製造機能轉為服務業的過程，都市階層等級漸次提升，成為新北市的政經中心和台北都會區的副都心。再將婚禮產業和都市階層變化連結，板橋為新北市政經中心，也具備規模最大的喜餅街和婚紗街，扮演服務輸出的高級中地特徵，呼應了中地理論。

參、板橋婚禮產業的地景形塑

本研究藉由工商登記資料，回溯整個板橋後站地區婚紗街和南門街喜餅街的婚禮產業發展，說明專業街的形成因素和符號傳播。板橋的婚紗街和喜餅街，是由於物本身的選購性強，皆具備明顯的同業聚集現象。南門街喜餅街，源起 1910 年代第一家糕餅業者長興餅舖，又於 1980 年代形成地方性食品零售街，至 1990 年代後期形成喜餅專業街。板橋婚紗攝影產業，在 1983 年中視新娘世界開設後，於 1990 年代初期形成婚紗街規模。其中，板橋的婚紗街早於喜餅街，皆屬於偶然聚集，並與板橋舊車站商圈當時漸趨成熟相關。因建築新舊的差異，亦影響了前站為喜餅街，後站為婚紗街的型態，又與產業特性與區域開發歷史相關聯。

南門街的連鎖喜餅業者，在符號的選擇中，具備特定文化傾向。喜餅在 1990 年代中期，由漢式轉為西式喜餅為主流，透過的品牌名稱和多元的喜餅包裝，塑造了物的符號和差異。由於南門街的喜餅業者屬於連鎖經營型態，業者再透過全國性的廣告，進行符號傳播。同時，在高度聚集下，板橋南門街亦成為新聞傳媒口中的喜餅街，為台北都會區最密集、規模最大的喜餅街。說明了消費社會中，

隨著物的豐產，消費的內容不再為物的使用價值，而是漸轉為符號價值為目的。店面裝潢具有明顯的文化選擇差異，強化了符號的差異性。相較起政府，業者為街區主要的形塑力量，政府部門傳播地區喜餅街的符號和形塑部分地景。

板橋後站的婚紗業者，藉由品牌名稱以塑造差異，這些命名也反映人們對地方的想像，這些特定的地方成為人的選擇，轉化成為符號，進而成為被消費的物。板橋後站的婚紗業者為獨立經營型態，透過舉辦百貨婚紗展示活動和婚紗展，透過新聞媒體傳播自家婚紗。而板橋的「婚紗街」符號強化，以業者和地方政府街有經營：業者透過招牌、櫥窗、建築風格和攝影棚，將擬象成為了擬仿物；政府透過集團結婚與介壽婚紗公園等政策，強化了後站婚紗街的符號。

介壽婚紗公園，過去是政治教化意涵濃厚的公園。戒嚴時期，公園內的蔣公銅像、中式庭園、涼亭和各種教化標語形塑的地景，說明了威權政治的無孔不入。隨著解嚴後民主風潮漸盛，民選政治人物以建設贏得地方支持，介壽公園在婚禮產業發達下，成為政府挹注的對象。原本的政治地景被刮除重寫，透過重新命名、各式婚禮浪漫意涵的雕像、牆面、地磚、鞦韆和希臘柱群等地景，強化了婚紗與婚禮的符號。這些由權力重新構造的空間，仍有個人和集體的互相支配與抗拒的樣貌。

第二節 後續研究

本研究以板橋為個案，說明了婚俗的演變，進而探究婚俗中的商店區位與都市階層發展的動態關係。受限於研究主題龐大，本研究僅將部分內容簡化說明，以下指出兩個後續研究方向之建議。

本研究指出，板橋婚禮產業地景形塑中，政府部門扮演傳播地方專業街區符號、建設文化地景的關鍵腳色。然而新北市政府規模龐大，政府部門的資料保存不易，成為研究限制。建議可透過新聞資料庫、產業相關人士和政府出版品，盡可能拼湊出政府力量樣貌。

受限於研究篇幅，未能將近年興起的婚紗工作室納入婚紗攝影的後續研究。研究過程，受訪者指出在網際網路日漸發達，Facebook 成立公司粉絲團成本低廉，使新一代的婚紗攝影公司轉為工作室型態。傳統婚紗攝影偏好三角窗、裝潢和同業聚集選購便利的區位因素以吸引顧客。工作室不再以實體店面取向，轉而經營粉絲團網站，以作品吸引消費者直接上門，退居巷弄而非大街上。說明流動空間的經營，逐漸影響真實空間的地景，可作為日後商業研究領域對婚禮產業或者其他產業的研究可能方向。

附 錄

附錄一、訪談名單

代號	受訪者	性別	職稱
A	莊文毅	男	枋橋文化發展協會理事長
B	林秀美	女	枋橋文化發展協會總幹事
C	洪啟峰	男	新北市產業觀光促進發展協會 理事長 新北市板橋區商圈景觀發展協會 理事長 玉美人孕婦裝觀光工廠 總經理 豐盈服裝股份有限公司 總經理
D	詹亦彰	男	唐朝婚紗攝影 執行副總 前希臘婚禮 經營者 國際扶輪 3490 地區 板橋北區扶輪社 2018~2019 年度會計
E	邱薇樺	女	大黑松小倆口 事業部 協理
F	黃麗芬	女	大黑松小倆口 板橋店 店長
G	邱鏡枝	女	一之鄉 板橋店 店經理
H	黃炯誠	男	板橋長興餅鋪第四代經營人
I	林先生	男	新北市政府經發處科員
J	不透露	不明	曾為板橋婚紗攝影公司經營人，現已退出
K	陳小姐	女	板橋成美嫁妝行經營人

參考資料

一、碩博士論文

- 王慧玉(2016)。*當代臺灣南部地區婚俗采錄研究*。高師大國文暑期班碩士論文。
- 呂孟優(2007)。*豐原糕餅業商業空間之研究--以中正路為例*。嘉義大學史地學系碩士論文。
- 李貴連(2004)。*台灣喜餅禮盒包裝設計之研究*。雲林科技大學視覺傳達設計系碩士論文。
- 林世殷(1991)。*從家的聚落到單元化的住宅區:板橋後埔一帶變遷之研究*。東海建築碩士論文。
- 邵鐵軍(1978)。*板橋地區土地利用之研究*。臺灣師範大學地理研究所碩士論文。
- 徐欣玉(2004)。*文化創意產業之空間群聚分析--以中山北路婚紗攝影業為例*。政治大學地政學系碩士論文。
- 張媛玲(1997)。*台北婚紗攝影的社會學研究*。台灣大學社會學研究所碩士論文。
- 張維正(2011)。*接觸、殖民與文化容受：日治時期臺灣漢人婚禮的變遷*。台灣師大台史所碩士論文。
- 曹馨元(2012)。*建案案名類型與產品屬性關係之研究—以高雄市新推個案為例*。逢甲大學土地管理碩士論文。
- 陳玉綸(1992)。*臺北市商業專業街之研究*。文化大學地學研究所碩士論文。
- 陳柏廷(2003)。*租隙與都市空間發展歷程之研究*。政大地政所博士論文。
- 楊湛萍(1999)。*從景觀分析與社會結構變遷探討板橋的空間性轉變*。台灣師範大學地理所碩士論文。
- 葛文誠(2003)。*喜餅業品牌策略之探討-以郭元益公司為例*。東吳企管所碩士論文。
- 劉俐君(2011)。*政治與食品-現代國家治理下的臺灣糕餅業(1895-1980)*。臺師大歷史系碩士論文。
- 劉鳳儀(2006)。*商品包裝之設計符號對不同生活型態消費者產品體驗之影響—以喜餅盒為例*。大同大學工業設計碩士論文。
- 蔡采秀(1995)。*板橋的都市發展(1895-1985):兼論其社會影響*。台灣大學地理研究所博士論文。
- 鄭俊明(1989)。*車站附近商業活動交通旅次特性之研究—以板橋後火車站商圈為例*。台灣大學土木工程研究所碩士論文。
- 賴炳樹(2003)。*板橋車站地區商業空間結構變遷之分析*。國立臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。
- 嚴敏蕙(1996)。*臺北都會郊區畫與郊區性之研究*。台灣大學社會學研究所碩士論文。

二、中文期刊

- 王文誠 (201106)。邁向全球城市暨區域治理？臺灣新五都不均地理發展考察。
中國地理學會會刊，第 46 期，37-50。
- 王文誠 (201106)。邁向全球城市暨區域治理？臺灣新五都不均地理發展考察。
中國地理學會會刊，第 46 期，37-50。
- 王志弘 (1996)。台北新公園的情慾地理學：空間再現與男同性戀認同。台灣社會研究季刊：22 期，195-218。
- 王志弘 (2003)。台北市文化治理的性質與轉變，1967-2002。台灣社會研究季刊，第 52 期，121-186。
- 王志弘 (2009)。多重的辯證—列斐伏爾空間生產概念三元組演繹與引申。地理學報，第五十五期，1-24。
- 王鴻楷、陳坤宏 (1991-09)。都市消費空間結構之形成及其意義 第一部分 都市消費空間結構理論的介紹與批評。國立台灣大學建築與城鄉研究學報：第 6 期，43-62。
- 吳聰敏、盧佳慧 (2008-09-01)。日治初期交通建設的經濟效益。經濟論文叢刊，第 36 卷 3 期，293-325。
- 李文獻 (1993-07)。婚俗的傳統、現況與檢討。國立僑生大學先修班學報，第一期，37-86。
- 李玉瑛 (1999)。實現你的明星夢—台灣婚紗照的消費文化分析。台灣社會研究季刊，第 36 期，147-186。
- 李玉瑛 (2004-05)。裝扮新娘—當代台灣婚紗業的興起與發展歷史。逢甲人文社會學報：第 8 期，183-217。
- 李明璁 (2009-06)。去／再領域化的西門町：「擬東京」消費地景的想像與建構。文化研究，第 9 期，119-163。
- 金家禾 (1999)。邁向世界都市之台北都會區產業結構與空間分佈變遷。都市與計劃，26 卷第 2 期，95-112。
- 金家禾、徐欣玉 (2006)。影響創意服務業空間群聚因素之研究—以台北中山北路婚紗攝影業為例。國立臺灣大學建築與城鄉研究學報：第十三期，1-16。
- 徐國城、賴宗裕、詹士樑 (2010.09.30)。台北都會區空間蔓延與緊密發展型態趨勢之研究。都市與計劃，第 37 卷第 3 期，281-303。
- 陳寬政 (1981)。臺北都會區的人口分布與變遷。人口學刊，第五期，51-69。
- 黃世孟 (1989-02)。從台北都市計畫歷史探討空間結構變遷特質之研究 (AD. 1895-1945)。國立台灣大學建築與城鄉研究學報，第 4 期，67-83。
- 蔡文彩 (1990)。臺北市補習街之研究。臺灣師大地理研究報告，第十六期，頁 63-90。

三、專書

- David Harvey (2010)。資本的空間：批判地理學芻論 (*Spaces of Capital: Towards a Critical Geography*) (王志弘、王明民合譯)。台北：群學。(原作 2001 年出版)
- Jean Baudrillard (2006)。象徵交換與死亡 (*L'échange symbolique et la mort*) (車槿山譯)。南京：譯林。(原作 1976 年出版)
- Jean Baudrillard (1998)。擬仿物與擬像 (*Simulacra and Simulation*) (洪凌譯)。台北：時報。(原作 1981 年出版)
- Jean Baudrillard (2000)。消費社會 (*La Société de consommation*) (劉成富、全志鋼譯)。南京：南京大學出版社。(原作 1970 年出版)。
- Jean Baudrillard (2018)。物體系 (*Le système des objets*) (林志明譯)。台北：麥田。(原作 1968 年出版)
- Paul Cloke、Philip Crang、Mark Goodwin (2006)。人文地理概論 (*Introducing Human Geography*) (王志弘、李延輝、余佳玲、方淑惠、石尚久、陳毅鋒、趙綺芳翻譯)。台北：遠流。(原作 1999 年出版)。
- Soja Edward (2004)。第三空間：航向洛杉磯以及其他真實與想像地方的旅程 (*Thirdspace: journeys to Los Angeles & other real & imagined places*) (王志弘等譯)。台北：桂冠。(原作 1996 年出版)
- Walter Christaller (2011)。德國南部中心地原理 (*Die zentralen Orte in Süddeutschland*) (常正文 王興中譯)。新北：商務。(原作 1968 年出版)
- 王正雄、廖月霞、蕭淑君主編 (1997)。豐原糕餅 今與昔 老照片與器物專輯。台中：中縣文化。
- 古舜仁、陳存良譯 (1998)。台北州街庄志彙編 (上)：板橋街誌。台北：新北市政府文化局。
- 台北縣板橋市公所編 (2009)。板橋市志三編。台北：板橋市公所。
- 台灣省文建會 (1993)。台灣婚喪習俗口述歷史輯錄。南投：台灣省文獻委員會。
- 安倍明義 (1938)。臺灣地名研究。台北：成文。
- 李欽賢 (2016)。圖解台灣鐵道世紀。台中：晨星。
- 沈定均修 (1806)。漳州府志。第三十九卷：民風。網址：
<https://ctext.org/wiki.pl?if=gb&res=549647> (中國哲學書電子化計劃)
- 板橋市志編輯委員會編輯 (1997)。板橋市志續編。台北：臺北縣板橋市公所。
- 林水波、李長晏 (2005)。跨域治理。台北市：五南。
- 施添福 (1998)。台灣的人口移動和雙元性部門。台北：台灣師大地理系。
- 星野克美等著 (1988)。符號社會的消費 (記号化社会の消費) (黃恆正譯)。台北：遠流。(原作於 1984 年出版)
- 徐麗霞 (2013)。板橋人說板橋事。新北：新北市政府。
- 翁佳音 (1998)。大臺北古地圖考釋。台北：台北新文化。

高傳棋（1999）。*圖說枋橋城—尋找板橋的土地記憶*。台北：台北縣政府文化局。

張勝彥主編（2010）。*續修台北縣志*，卷三住民志，第四篇禮俗。台北：台北縣政府。

盛清沂、吳基瑞（1988）。*板橋市志*。台北：板橋市公所。

章英華（1993）。*臺北縣之文化中心：臺北縣台移入人口與都市發展*。臺北縣：臺北縣立文化中心。

章英華（1995）。*台灣都市的內部結構：社會生態的與歷史的探討*。台北：巨流。

陳昭如（2005）。*福爾摩沙·愛情書——一封你從未收過 最深情厚意的情書*。台北：柿子。

陳紹馨（1963）。*台灣的人口變遷與社會變遷*。台北：聯經。

黃武達（1996）。*日治時代 1895~1945 臺灣近代都市計畫之研究論文集*。台北：臺灣都市史研究室。

溫振華、戴寶村（1999）。*淡水河流域變遷史*。台北：新北市政府文化局。

鈴木清一郎（1989）。*臺灣舊慣習俗信仰（臺灣舊慣：冠婚葬祭と年中行事）*（馮作民譯）。台北：眾文。（原作 1934 年出版）。

漳州市地方編輯委員會（1999）。*漳州市志*。中國北京：中國社會科學出版社。

臺灣銀行經濟研究室（1964）。*淡新鳳三縣簡明總括圖冊*。臺北：臺灣銀行經濟研究室，台灣文獻叢刊第一百九十七種。

蔡明哲、李明正、戴寶村撰述（2009）。*續修臺北縣志 卷五 社會志 第六篇、社會變遷*。台北：台北縣政府。

戴寶村、蔡承豪（2014）。*縱貫環島·臺灣鐵道*。台北：國立台灣博物館。

羅秀華（2004）。*台灣的老行業*。台北：遠足。

羅鋼、王中忱主編（2003）。*消費文化讀本*。北京：中國社會科學出版社。

四、政府計畫

內政部營建署（1983）。*台灣北部區域計畫*。

內政部營建署（1993）。*台北縣綜合發展計畫*。

台北縣政府（1973）。*板橋市都市計劃說明書*。

台北縣政府（1993.07.18）。*變更板橋都市計畫（部分住宅區、工業區及學校、機關、加油站、鐵路、公園、綠地、道路等公共設施用地為新板橋車站特定專用區及道路用地）通盤檢討案計畫書*。

台北縣政府（1999.04）。*變更板橋都市計畫（工業區分類專案通盤檢討）案計畫書*。

台北縣政府（2001.05.02）。*變更新板橋車站特定專用區細部計畫（第一次通盤檢討）案計畫書*。

台北縣政府主計處（1981）。*台北縣統計要覽*，第三十期。

台北縣政府主計處（2001）。*台北縣統計要覽*，第五十期。

台灣省都市計畫委員會（1978）。板橋修訂都市計畫古蹟保護區（林家花園）變更都市計畫案。

行政院主計處（2011）。中華民國 99 年臺閩地區戶口及住宅普查調查報告。

行政院經濟建設委員會住宅及都市發展處（1984-09）。綜合開發計劃技術報告——台灣地區生活圈與都市體系之研究。

行政院經濟建設委員會都市及住宅發展處（1984）。台灣地區都市與區域發展之研究——都市成長及空間結構之變遷。

國立台灣大學土木研究所都市計畫研究室（1978.06）。台北市信義計畫副都心設計報告。（台北市政府工務局都市計劃處委託）

新北市政府（2017.12.19）。新北市區域計畫。

新北市政府主計處（2018）。中華民國 106 年新北市統計年報。

新北市經濟發展局（2018）。中華民國 106 年新北市經濟發展局統計年報。

臺北縣文化局（2008）。臺北縣縣定古蹟海山神社殘蹟、中和瑞穗配水池調查研究及修復計畫。

五、外文

Karla Paola Jimenez & Beatriz Junquera(2010). Why Are Clusters Beneficial? A Review of the Literature. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 20, 161-173.

片岡巖（1921）。臺灣風俗誌。臺北：臺灣日日新報社。

國松久彌（1976）。小売商業の立地。東京：古今書院。

淀川喜代治（1933）。板橋街誌。台北：台北州海山郡板橋街役場。

六、網路資料

中央氣象局網站：http://www.cwb.gov.tw/V7/climate/monthlyMean/Taiwan_tx.htm。（檢索日期：2018/10 月）

中研院人文社會研究中心（地理資訊科學研究專題中心）：
<http://gissrv4.sinica.edu.tw/gis/twhgis.aspx>（檢索日期：2018/08 月）

中研院人文社會研究中心（地圖與遙測影像數位典藏計畫）：
<http://gis.rchss.sinica.edu.tw/mapdap/?p=3928&lang=zh-tw>（檢索日期：2018/08 月）

台灣省糕餅商業同業公會聯合會網站：
<http://www.bakery-taiwan.com.tw/?p=mdoc&SETid=3542&Msoft=729>（檢閱日期：2018/10 月）

台灣商會聯合資訊網：<http://www.tcoc.org.tw/articles/20090320-ba8851ef>（檢索日期：2019/5 月）

伊莎貝爾 Youtube 頻道：<https://www.youtube.com/watch?v=VkoJ6TVxlCE>（檢索日期：2019/05 月）

希臘婚禮官方網站：<https://greekwedding.com.tw>（檢索日期：2019/05 月）

板橋市公所網站：<https://www.banqiao.ntpc.gov.tw/>（檢索日期：2019/01 月）

長興餅店官方網站：<http://hcs-h-cake.com.tw/changxing.html>（檢索日期：2018/12 月）

非常婚禮 veryWed 網站：

<https://verywed.com/cookie/vendorList/location-0/ratd-vendorList-pl.html>（檢索日期：2019/6 月）

郭元益官方網站：<http://www.kuos.com/>（檢閱日期：2018/04 月）

雅虎拍賣網站：<https://tw.bid.yahoo.com/>（檢閱日期：2018/04 月）

新北 QA 網：<https://qa.ntpc.gov.tw/default>（檢索日期：2019/03 月）

新北市工業用地供需服務資訊網：

<https://www.cfgis.ntpc.gov.tw/ntland/InduPark/List.aspx>（檢索日期：2018/03 月）

新北市板橋地政事務所網站：<https://www.banqiao.land.ntpc.gov.tw/ch/index.jsp>（檢閱日期：2019/03 月）

新北市政府民政局網站：https://www.ca.ntpc.gov.tw/Population/List?wnd_id=68。（檢索日期：2019/07 月）

楊英風數位美術館 <http://yuyuyang.e-lib.nctu.edu.tw/>（檢索日期：2018/12 月）

經濟部商業司商工登記公示資料網站：

<https://findbiz.nat.gov.tw/fts/query/QueryBar/queryInit.do>（檢閱日期：2018/10 月）

遠東新世紀官方網站：<http://www.fenc.com/about/record.aspx?lang=zh>（檢索日期：2018/02 月）

聯合新聞網：<https://udndata.com/ndapp/Index>（檢閱日期：2018/4 月）

禮坊官方網站：<http://www.rivon.com.tw/>（檢閱日期：2018/4 月）

七、新聞

中盤販毒嫌犯 何家興移法辦（1977-03-20）。聯合報，03 版。

市區改正近況（1906-02-23）。日日新報日刊，04 版。

伊莎貝爾成精緻喜餅代言人（1999-07-28）。經濟日報，44 版。

好采頭捕捉美的剎那（1989-10-15）。經濟日報，12 版。

江翠淹水 緊急疏濬（2005-05-13）。聯合報，C2 版。

百貨櫥窗（2001-08-18）。聯合報，19 版。

吳文良（2005-08-08）。板橋後站商圈 風華再現 封街辦活動 人潮聚集。聯合報，C2 版。

吳文良（2007-02-13）。板橋府中商圈 打造囍事街。聯合報，C1 版。

吳淑君（2009-03-27）。結婚，為什麼一定要吃喜餅。聯合報，C1 版。

吳麗卿(2003-12-18)。恩怨三十年 大黑松與禮坊 從相交到翻臉。今周刊。網址：
<https://www.businesstoday.com.tw/article-content-92751-130835> (檢閱日期：
 2019/4 月)

呂思逸(2016-06-24)。新增愛滋病友 8 成難尋接觸者。聯合報，B2 版。

宋健生(2011-09-05)。企業生日快樂 伊莎貝爾 見證百萬對情緣。經濟日報，A17 版。

宋健生(2011-09-05)。企業生日快樂 伊莎貝爾 見證百萬對情緣。經濟日報，A17 版。

李文娟(1995-03-09)。國產喜餅豈可登陸台灣?公平會裁定「伊莎貝爾」廣告不實。聯合報，18 版。

李孟蓀(1991-10-31)。發文學校機關 盼向蔣公銅像致敬 北縣社局不同往常。聯合晚報，10 版。

板橋三家新券商湊在一塊兒 停車問題頭痛時間(1988-08-29)。經濟日報，03 版。

板橋介壽公園竣工(1975-11-01)。經濟日報，07 版。

板橋車站人車如潮 影響兒童休憩權利(1988-11-11)。經濟日報，16 版。

板橋鎮代會 通過各提案(1953-05-18)。聯合報，04 版。

板橋歡天喜地 周日活動精采(2005-08-03)。聯合報，C4 版。

枋橋通信 鐵道興工(1899-11-14)。日日新報日刊，3 版。

林全洲(1990-01-16)。板橋市介壽公園，街頭劇公開上演 蛋擲蔣公銅像，警民打成一團。聯合報，04 版。

林全洲(2001-10-25)。20 公斤蓬裙 婚紗秀有看頭。聯合晚報，20 版。

林全洲(2003-04-22)。公園涼亭?免費旅館? 速夜宿客 電鍋電扇都有 棉絮散滿地 遊客自動止步。聯合報，B2 版。

林昭彰、徐慈憶(2005-08-20)。拍婚紗到北縣 粉省 粉美 長長婚紗街 風格很多元 至少省萬元 成果一樣美。聯合報，C1 版。

林維娟(1996-04-02)。單品包裝喜餅 便利店風雲榜上紅不讓。經濟日報，18 版。

邱文良(1982-12-12)。禮餅喜餅業歷久不衰 港式台式店平分秋色。經濟日報，12 版。

保全板橋喬美花園新城 第二批四百戶接受訂購(1975-11-22)。經濟日報，09 版。

唐復年(2000-11-20)。林煒竣讓板橋後站 又見春天：中山路人潮重現 奔走有代價 他要再創台灣秋葉原。聯合晚報，14 版。

袁青(2002-03-21)。人家千金這樣嫁。聯合報，33 版。

追捕歹徒 負傷不退 警員曾明樹殉職(1976-05-08)。聯合報，03 版。

追捕歹徒 負傷不退 警員曾明樹殉職(1976-05-08)。聯合報，03 版。

國產餅乾高級品有取代舶來品之勢(1973-12-04)。經濟日報，09 版。

張海琳(1991-04-08)。春暖花開喜事頻傳——禮餅業擁抱訂婚旺季有夠勁。經濟日報，19 版。

張海琳(1991-04-12)。不收權利金也不抽成・只要求銷售產品 大黑松小倆口加

盟辦法不一樣。《經濟日報》，11版。

連鎖店陸續大舉入侵・威脅大了 北縣業者決「合作」經營對抗「外籍兵團」
(1988-09-27)。《經濟日報》，19版。

郭維邦(1990-01-12)。介壽公園附近氣勢已成 板橋新商圈「若隱若現」。《經濟日報》，17版。

陳至中(2011-11-08)活動達共識-新北耶誕北市跨年。《雅虎新聞》。(檢閱日期：2019/3月)

陳智華(1992-06-14)。婚紗街 喜洋洋。《聯合報》，16版。

陳燕模(1999-09-14)。久一久大吉日 結婚熱門日 婚紗業者忙忙忙 造型師搶搶搶。《聯合報》，20版。

陳燕模(2000-03-28)。「台北地下街」明啟用 馬英九按鈕。《聯合報》。

陳燕模(2000-10-19)。居民盼縣府協助規劃 再造商機。《聯合報》，18版。

陳燕模(2001-11-26)。清涼秀 春已近。《聯合報》，17版。

單行道 意外帶來人潮 板橋後站商區 身價增(1988-04-02)。《經濟日報》，07版。

彭慧明(1995-07-07)我們訂婚了 大家請吃喜餅 法式喜餅 精緻浪漫嘗歐式情調。《聯合報》，56版。

費家琪(1994-09-05)。訂婚喜餅 市場折扣戰短兵相接。《經濟日報》，14版。

費家琪(1995-04-29)。西餅你專長 漢餅我拿手 喜餅業卯足勁互搶地盤。《經濟日報》，14版。

費家琪(1995-06-17)。集市開店魅力大 婚紗喜餅餐飲等業喜群聚營業。《經濟日報》，14版。

集團結婚不該贈送洗衣機 議員為此爭論不休(1984-03-14)。《聯合報》，06版。

黃秀義(1989-10-06)。羅斯福路二、三段 儼然已成為攝影街。《經濟日報》，19版。

黃漢華(1998-11-01)。報告親朋好友 喜餅來也 紅色炸彈隨後就到。《聯合報》，35版。

黃福其(2010-04-16)。順遊逛婚紗 買糕餅。《聯合報》，B2版。

雷鳴、孫蓉華、沈旭凱、許聲胤(2001-12-01)最後衝票 北縣雙雄戰到最高潮。《聯合報》，2版。

餅乾禮盒開始促銷 今年仍是鐵盒裝的天下(1984-10-15)。《經濟日報》，第十版。

劉秀娟(1990-11-22)。禮餅業者推陳出新 角逐市場。《經濟日報》，20版。

蔡依珍(2017-09-04)。客製化吸客 傳統婚紗店苦撐。《中國時報電子報》。網址：
<https://www.chinatimes.com/?chdtv> (檢閱日期：2019/3月)

簡永祥(1992-10-03)。產銷趨勢 喜餅促銷 凸顯個人主義。《經濟日報》，07版。

簡慧珍(1989-11-14)。得不到父母呵護 只好「浪跡天涯」？不少逃家青少年遊蕩公園。《聯合報》，26版。

簡慧珍(1990-05-02)。各界昨集會 熱烈慶祝勞動節 舉辦盛大園遊會 歡宴模範勞工 場面熱鬧。《聯合報》，26版。

顏甫珉(2011-04-02)。12大精品 10月進駐板橋遠百。《聯合報》，B2版。

顏明達（2001-04-01）。陶瓷老街周年慶 婚紗秀揭幕 免費露天咖啡 享受歐式生活 今天有手拉坯及音樂表演。《聯合報》，18 版。

羅曉荷（1996-09-13）。百年老店探索系列之七 郭元益皮薄餡大 糕餅興家。《聯合報》，17 版。

饒磐安（2002-03-09）。板橋後站 向西門町看齊。《聯合報》，18 版。

饒磐安（2002-03-29）。板橋 婚紗博覽會 明後兩天 推出禮服秀。《聯合報》，19 版。

饒磐安（2002-06-22）。新娘禮服 趕上世足風潮。《聯合報》，19 版。

饒磐安（2002-09-14）。異國風情婚紗 添浪漫 五大洲為題 有狂野有高雅 非洲炫麗圖案引人注目。《聯合報》，19 版。

饒磐安（2009-02-27）。板橋集團婚 送 2 萬元贈品。《聯合報》，C2 版。

饒磐安（2009-06-29）。板橋集團結婚 豔陽下擁吻。《聯合報》，B2 版。

