

高雄「新堀江」的由來和商圈成立 (1988-2000)

撰文／國立臺灣師範大學臺灣史研究所碩士 張維正

壹、前言

高雄市的「新堀江商圈」是現今聞名全國的商圈之一。¹它雖然有一定的知名度，但眾人對新堀江卻不是相當熟悉，也常把「堀」字寫成「崛」，而這類錯誤不僅可見於報章雜誌，就連商圈周邊的商家或旅館也會出現誤植的狀況。實際上筆者曾詢問周遭長輩有關新堀江商圈的歷史，卻發現即便長年生活在商圈中，對於商圈名稱之由來乃至於成立都只有模糊的印象，也不知道「新堀江」之名產生緣由。也因此，筆者認為有必要利用文獻資料，重新建構商圈形成之經緯，除留下歷史記憶外，也能補足高雄城市史的一個空缺。

在前人研究方面，儘管現已累積不少和新堀江商圈有關的研究成果，但研究者大多將焦點放置在商圈成立後商業經營的狀況，少數則為地理或民俗學的討論。²也因此，新堀江的歷史研究，可說較為匱乏，仍有不少發展的空間。

此外，不僅新堀江商圈，事實上此地尚有玉竹商圈（2019 年後改名為中央公園商圈），³兩商圈間僅相隔一條五福路；在 1995 年以前兩商圈均屬於「大統五福商圈」，

投稿日期：2022 年 10 月 20 日

接受日期：2023 年 3 月 21 日

1 堀江前身為「堀江町」，日文為ほりえ（Horie）；臺語則唸作 khut-kang。中文堀字唸作「ㄅㄨˋ」，因此繼承「堀江商場」的「新堀江商場」，其堀字唸法應該相同。教育部，〈堀〉，《教育部重編國語辭典修訂本》。資料檢索日期：2021 年 12 月 3 日。網址：<https://dict.revised.moe.edu.tw/dictView.jsp?ID=4575&q=1&word=%E5%A0%80>。

2 如許麗兒，〈高雄市新堀江商圈青少年消費空間之詮釋〉（高雄：國立高雄師範大學地理學系碩士論文，2002）；蔡淑貞，〈新堀江商店街消費行為與管理策略之探討〉（高雄：國立中山大學公共事務管理研究所碩士在職專班碩士論文，2003），頁 124-155；劉建岳，〈形象商圈再造之績效評估——以新堀江形象商圈為例〉（臺南：立德管理學院地區發展管理研究所碩士論文，2006）；李芳蓉，〈臺灣における商店化の影響による「普渡」の変化——高雄市新堀江商店街の「街普」を中心に〉（茨城：筑波大学大学博士前期課程人文社会科学研究科修士論文，2010）；黃幹忠、葉光毅、胡太山，〈市中心商圈逛選動機、情緒與反應之關連模式建構——以高雄市新堀江商圈為實證〉，《建築學報》，72（2010），頁 147-168；黃幹忠，〈遊逛路徑評估商圈空間結構的一種簡易方法——以高雄市新堀江商圈為實證〉，《建築與規劃學報》，11（2）（2010），頁 137-159。

3 〈新堀江商圈改名？市府：範圍不同〉，《聯合報》（2019 年 11 月 3 日），第 B2 版。

其後才因故各自獨立出來。儘管是獨立的兩個商圈，但因為常常被人們視為一個整體，例如流行情報雜誌《Kaohsiung Walker》在介紹高雄人氣商圈時，就把玉竹街當成是新堀江商圈的一部分在介紹。⁴而旅遊書籍《高雄金牌旅遊王》於介紹新堀江的欄位中，亦將地址寫為「高雄市新興區五福路與民生路的中山路上（按：原文）」，⁵顯然把兩個商圈劃在一起。以此，在廣義上，「新堀江商圈」應該要包含玉竹街商圈，故本文不僅會討論新堀江，也會提到後者如何興起？

要之，由於目前仍未見到和新堀江有關的歷史類研究，因此在這部分仍有發揮的空間，必須透過史料重新建立史實，如此才能了解當時代的背景和「新堀江商圈」成立之經緯。本研究原則上統稱「新堀江商圈」，唯在強調時才會改用當時代的稱呼。為了瞭解當時發展的狀況，使用的史料將以過去的報紙資料為主，如：《中國時報》、《工商時報》、《聯合報》、《民生報》等報刊。正文部分則先討論新堀江的原點，即其與舊堀江之關係、名稱之由來，以及為何會在大統百貨附近開設。接著是 1980 年代以後，在「造街運動」的時代背景下，1995 年大統百貨火災是如何讓「大統五福商圈」分裂，以及玉竹街和新堀江等兩商圈各自成立之過程。以此，本文的時間斷線從新堀江商場設立之 1988 年起，到形象商圈「新堀江商圈」和「玉竹商圈」成立的 2000 年為止。

貳、「新堀江」的由來和商場的設立

一、大統百貨興盛與「新堀江舶來品精品商場」的誕生

1980 年代以前，高雄最為繁華的區域為鹽埕區，係 1950-60 年代的高雄商業金融中心，也存在過數個商業區域。⁶其中「堀江商場」，和今日「新堀江商圈」誕生有某

4 不著撰人，〈高雄逛街地圖〉，收於《Kaohsiung Walker》（臺北：臺灣角川，2002），頁 71-81。

5 陳婷芳，《高雄金牌旅遊王》（臺北：墨刻，2013），頁 85。

6 又如：國際商場、富野商場、大公路商場、新樂商場、堀新商場等。杜劍峰，《物換星移話鹽埕》（高雄：高雄市文獻委員會，2002），頁 49-50、69-70、73、79-80。

種程度上的關聯。「堀江」二字源於日治時期的地名「堀江町」，⁷為日治末期小販聚集形成之商業區域，以販售舶來品聞名，起初被稱為「堀江」。戰後因商業繁盛，越來越多店鋪開設，隨之商業區域亦逐漸擴張。1960 年後從一條商店街增加為三條；其中二街和三街屬於大溝頂攤販集中市場的一部分，被稱作「五福攤販集中市場」，約於 1971 年後才把

三條街合稱為「堀江商場」，並成為地理名詞。⁸而商場的三條街則分別稱為：「堀江商場一街」、「堀江商場二街」和「堀江商場三街」。該商場主要販售船員挾帶的物品，或業者自行到國外採購，即所謂的「跑單幫」（或稱委託行）。商品種類豐富多樣，有洋煙酒、西裝布料、女用服飾、化妝品、珠寶和中藥材等，為新潮舶來品的商業區，也是當年高雄眾人皆知的「商場」。⁹

然而，1980 年代因為鹽埕區的商業發展已達到飽和，加上高雄港擴建和市區範圍擴張，使得商業活動逐漸外移，數個新興商圈在高雄市各地成立。在此同時，政府開放觀光和關稅降低，也讓舶來品變得較先前容易取得，委託行失去優勢。諸多因素，均造成堀江商場的風華不再，而取而代之的，就是百貨公司和販售全球品牌的精品店的興起。¹⁰

在鹽埕區沒落的同時，東側的新興區亦以商業為主不斷成長，並於 1980 年代與前者並列，成為高雄另一個商業金融中心。¹¹早在 1975 年，吳耀庭就抓準先機，選在新興區尚未有商業活動的區域，即當時仍是稻田的中山路和五福路交叉路口，興建 10 層樓的「大



圖 1 2022 年的堀江商場一街

圖片來源：筆者拍攝。

7 堀江（ほりえ・Horie）為日文的壕川之義，由於後壁港穿越而過故名。曾玉昆，《高雄市地名探源（增訂版）》（高雄：高雄市文獻委員會編印，2004），頁 144。

8 關於堀江商場歷史背景與名稱由來，可參閱陳秉正，〈高雄市鹽埕區堀江商場的發展與變遷〉（臺東：國立臺東大學區域政策與發展研究所碩士論文，2006），頁 54-58；或是李文環，〈高雄第一盛場：鹽埕風〉（高雄：高雄市政府文化局，2021），頁 434-439。

9 曾玉昆，《高雄市地名探源（增訂版）》，頁 217。

10 陳秉正，〈高雄市鹽埕區堀江商場的發展與變遷〉，頁 108-128；李玉瑛，〈消費與日常生活〉，收於章英華等著，《中華民國發展史（下）》（臺北：國立政治大學，2011），頁 606。

11 林真妙，〈高雄市市街的發展與中心商業區的變遷〉（臺北：國立臺灣師範大學地理研究所碩士論文，1987），頁 26-76。

統百貨公司」。其 10 層樓高的透明電梯吸引了當時南部民眾的目光，也間接帶動周邊的商業活動之發展，該地段很快地成為高雄市的「地段王」，租金高居不下。¹² 其後，更成為到高雄旅遊時必經之「景點」，時任總統的蔣經國也多次來此地參觀。¹³ 由於連續十三年業績都是全國之冠，被稱作「百貨南霸天」。¹⁴

隨著大統的興盛，其他商店也開始聚集而來，使得商業範圍逐漸擴及至鄰近街道成為「商圈」，其後 1985 年吳耀庭又在五福路和文武街口建設大立伊勢丹百貨，

試圖擴大自己的商業版圖。¹⁵ 由於商圈形成，故在「新堀江商圈」出現之前，這一帶被稱作「大統五福商圈」。¹⁶ 1987 年有報導稱：

五福二路大統百貨公司一帶，近年來發展迅速，街頭景觀變化極大。它與鄰近的新田路、玉竹街、中山路、林森路、仁智街，已儼然形成一個新商圈，服飾、飯店、珠寶、舶來品等新潮商店雲集，傳統的辦公大樓、小型服飾、食品、咖啡店，以及鐘錶、光學儀器也次第伸展。¹⁷

由此可知，1980 年代後期五福二路段，就以大統百貨為商圈的中心逐漸向外擴展，連當時才剛來臺灣展店的國際性速食店，像是德州、溫娣、肯德基、比利等也紛紛來到此地區開設門市部。¹⁸ 而商業發展，也不限於大統周邊，亦逐漸往仁智街、新田路方



圖 2 1960 年代的大統百貨公司和中山路

圖片來源：作者不詳，〈陳啟川家、大統百貨地段王〉（時間不詳），高雄市立歷史博物館典藏資料，登錄號：KH2015.004.186_1。

12 〈商圈巡禮／大統商圈的昨日今日與明日〉，《經濟日報》（1992 年 6 月 13 日），第 19 版；葉振輝，〈高雄市社會發展史〉（高雄：高雄文獻委員會，2004），頁 51；王御風，〈從吉井百貨到漢神巨蛋：看高雄百貨公司的發展〉，《高雄畫刊》，改版 3（2009），頁 38-39。

13 戴寶村主編，袁英麟、蕭景文等撰述，〈高雄市常民生活史〉（高雄：高雄文獻委員會，2004），頁 26。

14 〈大統年營業額逾四十億元：去年業績名列全國第三 「金雞母」落難將影響高雄百貨業生態〉，《中國時報》（1995 年 10 月 30 日），第 3 版。

15 陳秉正，〈高雄市鹽埕區堀江商場的發展與變遷〉，頁 120。

16 〈大統商圈「錢途」失色？〉，《中國時報》（1995 年 10 月 30 日）。

17 〈大高雄新聞版／港都鬧區搬家了！：新興區繁華的新代名詞〉，《民生報》（1987 年 7 月 21 日），第 13 版。

18 同上註。

向擴展，故創辦人劉奕甫云：「當初由於對面大統百貨左右街道的發展呈現飽和，許多服飾、速食公司，便將腦筋動到與大統一路之隔的仁智街，果然擴展速度驚人，一、二年內，就已吸引各行各業的設店興趣。」¹⁹

於是，在大統商圈發展到鼎盛時，1988年劉奕甫也選在仁智街旁的文橫二路167巷內，興建有56間小店鋪，以低成本的開店為理念，提供年輕人可輕鬆自行創業的「新堀江舶來品精品商場」（以下稱新堀江商場），並寫下「新堀江商圈」歷史的第一頁。²⁰

二、承襲「堀江精神」的創業街：新堀江商場

由於新堀江商場的出現，所以有不少人以為堀江商場已經不存在了。事實上，在劉奕甫開創新堀江商場之時，堀江商場只是沒落並未消失，而且直到2022年仍名列高雄商圈的名單上。²¹而為何會叫做「新堀江」？據創辦者劉氏本人謂：

大統火災前，漢神百貨還沒有設立，當初我們規劃的客層是非常高的，我們做舶來品專賣區，為了吸引民眾注意，我們取用了「堀江」這個名字，因為堀江對高雄地區的人而言是舶來品的代言，這個「新堀江」就是希望引起民眾好奇前來逛逛了解才取名的。²²

顯然劉氏覺得「堀江」能讓高雄消費者連想到「新潮」和「舶來品」，故才「借用」此名，以便讓人立刻聯想到新潮的高級貨，而加上「新」字則是為了和「堀江」有所區別，也促使消費者產生一探究竟的好奇心。魏聰洲亦認為新設在新興區的商場被稱為「新堀江」是因為堀江商場是「最洋味、最新潮」商品的代名詞之印象，早已深植高雄人記憶中。²³換言之，無論是創辦者或旁觀者均有類似看法，顯見「堀江」兩字對於某一年齡

19 〈商業／高市仁智街台北西門町〉，《經濟日報》（1989年4月5日），第19版。原文為「火鍋業者劉奕甫」，雖然難以判斷是否為創辦者，但可能性不小，故先保留視作同一人。

20 蔡淑貞，〈新堀江商店街消費行為與管理策略之探討〉，頁46；戴寶村主編，袁英麟、蕭景文等撰述，《高雄市常民生活史》，頁140。

21 相較於以年輕人為消費目標的新堀江商場，後來的堀江商場反而成為販售物美價廉的古物和舶來品等商品，係可供人尋寶的商場。不著撰人，〈物美價廉的老東西、舶來品：鹽埕堀江商場尋寶趣〉，《高雄觀光季刊》，夏季號（2）（2006），頁44-47。

22 蔡淑貞，〈新堀江商店街消費行為與管理策略之探討〉，頁124，附錄5-1「新堀江商店街總經理劉奕甫」。

23 魏聰洲，〈多元文化——台灣文化的活標本〉，收於魏聰洲主編，《戀戀鹽埕：高雄鹽埕的風華紀事》（高雄：謝長廷新文化基金會，1998），頁45。

層而言，有其獨特的意義存在。也因此，新堀江商場的開店者雖以年輕人居多，但初期的客群並非設定為年輕消費者，販售的商品主要是名牌服飾和珠寶，店面也採古典的原木設計，²⁴但為了和堀江的舶來品有所區分，故強調是「精品」。

此外，曾玉昆提到：「由於初期的投資者來自於『舊堀江』，因此以『新堀江』商場名之。」²⁵而陳秉正則透過訪查得知新堀江商場在初期的經營者中，或有來自於堀江商場店家的第二代，並認為同樣販賣舶來品的新堀江延續了前者的精神，而且有年輕化和多元化等超越「舊堀江」等特點。²⁶要之，新舊堀江之間或多或少存在著「傳承」關係。不過，因為兩者同時存在於五福路上，故實質上應互為競爭對手。又鹽埕區的舊堀江位在高雄西側，而新堀江則在東側的新興區，新堀江商場的產生，反映出 1980 年代商業活動的轉移，也符合當年高雄都市由西向東的發展方向。

名稱和商業模式皆承襲自堀江商場的新堀江商場，雖然前者在道路旁；後者在建築物內，但都是聚集小坪數店鋪的商場，故結構上也頗為相似（參照圖 3），也以「新堀江一街」和「二街」等來區隔商場的內部。而據劉氏本人的說法是「仿效日本商店街的形式」。²⁷「日本商店街」是許多零售業聚集的商業區域，在硬體方



圖 3 2004 年新堀江商場 A 館的商場配置圖

圖片來源：洪從真編，《新堀江購物時尚誌》（高雄：傑士強生國際有限公司，2004），頁 4。

24 蔡淑貞，〈新堀江商店街消費行為與管理策略之探討〉，頁 124、127，附錄 5-1「新堀江商店街總經理劉奕甫」。

25 曾玉昆口述，許雪姬專訪，楊雅婷記錄，《鳳邑舊城山長——曾玉昆老師專訪紀錄》（高雄：興隆淨寺，1999），頁 724。

26 陳秉正，〈高雄市鹽埕區堀江商場的發展與變遷〉，頁 127。

27 漁人文，李毓勝圖，〈另一種風情：新堀江舶來品購物中心〉，《高雄畫刊》，17（10）（1996），頁 19。



圖 4 東京亀有ゆうろード商店街（2016）
圖片來源：筆者拍攝。



圖 5 鹽埕堀江商場一街內部（2022）
圖片來源：筆者拍攝。

面，最具特色的，就是被當成商店街象徵，可供消費者遮風避雨的「街頂蓋」（アーケード）（參見圖 4）。²⁸ 也因此，雖然可能是巧合，但堀江商場整體來看很像日本商店街，不但立地在道路旁，也有街頂蓋（參見圖 5），²⁹ 故有日人認為堀江商場很像東京上野的阿美橫商店街。³⁰ 而同類型的新堀江商場，則是把前述的堀江的特點都搬進了建築物之中（參見圖 6），若僅就這方面來看，確實也是仿效日本商店街。

李明璫認為新堀江商圈應是參照了臺北的西門町，並仿效其當年聞名全臺的西門町「萬年」模式（參見圖 7）。1980 年代因哈日風潮興起，西門町曾被媒體諷稱為「西門原宿」，位在該區域中的萬年大樓則是「小新宿」，兩者均為當時年輕人矚目的焦點。³¹ 萬年大樓是自 1970 年代末期開始，有許多跑單幫客販售舶來品的 10 層商業大

28 新雅史，《商店街はなぜ滅びるのか：社会・政治・経済史から探る再生の道》（東京：光文社，2012），頁 77-81；正木久仁、杉山伸一編，《47 都道府縣・商店街百科》（東京：丸善出版，2019），頁 5-6、9-10。

29 堀江商場於 1960 年以前被稱作「五福攤販集中市場」，政府加蓋立體建築後才改成現在慣用的稱呼，街頂蓋的興築時間亦不明確，但應該也是在 1960 年代以後建造。參閱陳秉正，〈高雄市鹽埕區堀江商場的發展與變遷〉，頁 57-58。

30 阿美橫商店街（アメ横商店街）：是位於東京上野地區的商店街，迄今仍相當受歡迎也是旅遊書上必載之觀光景點，如同堀江商場，戰後初期也是由小坪數商店構成的商店街，販賣糖果和美軍的變賣品為主，現在是有著黑市氛圍的各式專賣品商店街。正文引文：鈴木明，《誰も書かなかった臺灣》（東京：株式会社サンケイ出版，1974），頁 230；前引文，正木久仁、杉山伸一編，《47 都道府縣・商店街百科》，頁 102-103；長田昭，《アメ横の戦後史：カーバイトの灯る闇市から 60 年》（東京：KK ベストセラーズ，2006），頁 13。

31 當時西門町聚集的年輕人之穿著與日本原宿青少年的風格相當類似，故被同時代媒體或時人嘲諷為「原宿仿同」，而後來的「哈日族」風潮也是由此時開始。〈萬象 / 日本流風專題報導 1：台北街頭的東洋服飾〉，《聯合報》（1985 年 4 月 20 日），第 12 版；詹宏志，《城市觀察：新語言 / 新接觸 / 新文化》（臺北：遠流，1989），頁 8、55-56；〈大城小調，日本文化非常價 中國尊嚴大賣出〉，《聯合晚報》（1991 年 4 月 19 日），第 15 版。



圖 6 新堀江商場 A 館一樓（2022）

圖片來源：筆者拍攝。



圖 7 西門町萬年大樓內部（2022）

圖片來源：筆者拍攝。

樓，樓中各店家面積極小、約 3、4 坪左右，³² 和新堀江商場的空間設計頗為相似。又 1989 年的報導亦提到：「新堀（按：原文為堀）江投資機構前陣子即表示，要進行文橫二路與文化路間整建與收購計畫，使成為一完整休閒『購物中心』。」³³ 可見比起日本商店街，劉氏想打造的更像是「購物中心」。

實際上，1980 年代以來，政府一直在推動的「商業現代化」計畫中，讓分散的零售商店「集體化」也是目標之一，還導入日本商店街當成參考對象（詳見後文），而臺灣哈日風的代表——「西門萬年大樓」可說是頗符合政府的想法。從圖 5 和 6 可知，兩個商場的構造很相似，因此新堀江商場的構造，也許不單只是想要模仿日本商店街或把堀江商場搬到建築物中，也可能也和當時的氛圍有關。³⁴

因為新堀江舶來品商場的開設，加上當地早已聚集了電影院、速食店、流行服飾公司、舞廳等消費娛樂場所，使此地成為年輕人（青少年）的群聚地，也正如最初開設之目標，被業者稱之為「高雄西門町」。³⁵ 據 1990 年《經濟日報》載：

32 李明璁，〈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》，9（2009），頁 136、154。

33 〈商業／高市仁智街台北西門町〉，《經濟日報》（1989 年 4 月 5 日），第 19 版。

34 新堀江商場這類購物中心，在定義上接近「共同店鋪型」商店街，但缺乏應有的倉庫和停車場等設施。龔林昀，〈商店街發展政策之研究——以臺北市為例〉，《臺灣銀行季刊》，48（1）（1997），頁 220。

35 〈商業／高市仁智街台北西門町〉，《經濟日報》（1989 年 4 月 5 日），第 19 版。

小格局、統一規劃的舶來商場，在強調青年創業，利潤優厚的情況下，在港都迅速走紅，除首開先例的「新堀江」大肆拓展營業規模外，坊間「節奏感」精品街及由南華夜市內東坡里東坡巷居民自行籌設的舶來商品街，也將在近期內進軍市場，競爭日益火熱。³⁶

儘管因為快速走紅讓周邊商圈效法新堀江商場，不過在最初建造商場時，或許因為此類購物中心在當時仍算新穎，故一度遭到股東極力反對。劉氏則力排眾議才得以建造完成，不但取得不錯的營業成績，還把大統百貨的員工也吸引過來、想自行開店。由於新堀江越來越受歡迎，也隨即增設店鋪和擴建商場，1989 年 7 月 29 日以歐美文化風格為主題的新堀江第二區開幕，自此成為了有 A、B 兩館，總店鋪多達 288 間的「購物中心」（參見圖 8）。³⁷



圖 8 新堀江購物中心正面照（2009）

圖片來源：李芳蓉提供。

而新堀江商場在設立之時，對於承租的商家也採用較高的標準，如有犯罪前科、債務問題等都被視為拒絕往來者，也有限制項目類似商家的數量以避免彼此惡性競爭。雖然商品有 85% 都是高級舶來品，但因為店主獨自進貨，故成本較低，價格也不會過高。³⁸ 由於商品有獨特性、價格宜人，再加上受惠於大統百貨所帶來的人潮和周邊便利的交通，新堀江商場的起步可說相當成功。於是，包括上述之「節奏感」和「東坡巷」，其他業者也開始仿效新堀江模式，文化路一帶陸續增設了「新世界購物中心」、「巴黎街」、「三十七街」等類似於新堀江商場的「購物中心」，也讓該地形成一個聚集了多重商場的商圈。³⁹ 消費人潮增加，也吸引更多青年創業者來到此地開店，無法承租

36 〈商業 / 舶來商場格局小利潤優走紅港都：「新堀江」打響知名度，「節奏感」「東坡巷」急起直追〉，《經濟日報》（1990 年 8 月 2 日），第 17 版。

37 胡碧珍，〈看盡繁華起落：新舊堀江兩樣情〉，《南主角》，11（2002），頁 82；漁人文，李毓勝圖，〈另一種風情：新堀江舶來品購物中心〉，頁 19；〈工商服務 / 新堀江精品二區開業〉，《經濟日報》（1989 年 7 月 29 日），第 26 版。

38 漁人文，李毓勝圖，〈另一種風情：新堀江舶來品購物中心〉，頁 19。

39 漁人文，李毓勝圖，〈另一種風情：新堀江舶來品購物中心〉，頁 20。

店面者就直接在道路旁擺攤。⁴⁰

以此，不僅商場內的店主，連同場外的攤販也都是年輕人組成，此時期的文化路和仁智街一帶逐漸成為「青年創業中心」。除了販賣服飾的攤販外，也有不少小吃和滷味等攤販，其範圍不僅止於文化路仁智街，也遍及至大統百貨後方的玉竹二街，⁴¹而這也成為吸引年輕族群的原因之一。其後，劉奕甫也試圖改善商場周邊環境，或抓準時機投入新產業，例如 1991 年向政府提出設立徒步區的計畫和 1994 年導入羅多倫咖啡。⁴²前者雖將計畫送到市府，但毫無下文；後者則在文化路上開業後，亦吸引當年正流行的「泡沫紅茶」，如彩色巴黎、生活樂子等店來到此地開店，還出現成為地標的茶典喫茶坊。⁴³劉氏帶起的泡沫紅茶風潮讓年輕創業者，除了舶來品店外，又多了新的創業選擇，也是今日新堀江商圈有不少手搖杯店之濫觴。⁴⁴1992 年《經濟日報》便將此地稱之為「創業街」，據載：

目前以大統百貨為中心點，附近玉竹街、新田路巷道早已呈現「萬商雲集」景象，五福路、中山路更是集合精品、皮飾、服飾百貨，「街中街」業種基本上仍以服飾為主流。……曾經造成轟動的新堀江商場，強調是精品路線，近來雖然各專櫃門市「換手」頻繁，基本上則已帶動精品賣場風潮，二、三坪空間就能圓個創業夢，吸引不少年輕人集資進駐，算是高雄最有名的「創業街」。⁴⁵

要之，由於新堀江商場帶起的商場熱潮，除同類型的商場外，也吸引人前來創業開店或是在路邊擺攤，無意間讓此地自然地「觀光化」，使文化路和仁智街一帶成為

40 〈高學歷 高售價 高利潤：港都大專生擺攤強調三高〉，《經濟日報》（1990 年 4 月 8 日），第 7 版。

41 〈讓你過年好 逛街地攤、小吃、滷味一應俱全：趕工迎新春 新堀江徒步區驗收〉，《中華日報》（2000 年 1 月 28 日），第 22 版；〈高雄大統商圈 秩序混亂令人心驚：貪婪之「街」商家佔地為王〉，《聯合報》（1991 年 8 月 17 日），第 11 版。

42 〈新堀江商場向市府請命爭取設立徒步區〉，《工商時報》（1996 年 7 月 23 日）；〈商業·消費 / 低價咖啡進軍港都：日一咖啡連鎖店以設加盟店、每杯 35 元的價格策略來打天下〉，《經濟日報》（1994 年 6 月 27 日），第 14 版。

43 〈瞄準青春去處 大家來找茶 台北 vs. 高雄 / 新堀江篇：看漂亮妹妹 別忘了消費；西門町篇：酷哥是招牌 客人跟著來〉，《民生報》（1997 年 3 月 7 日），第 42 版；蔡淑貞，〈新堀江商店街消費行為與管理策略之探討〉，頁 127，附錄 5-1「新堀江商店街總經理劉奕甫」。

44 1980 年代開始興起泡沫紅茶店係今日手搖杯店的前身，起初是內用式泡沫紅茶店為主，如春水堂、臺北茶街等，1990 年代後才有如今日般的外帶式泡沫紅茶店產生。由於創業門檻低、利潤高，故在當時是許多人創業的熱門選擇之一。可參閱范儒芯（佐餐文字）著，《巷弄裡的臺灣味：22 道庶民美食與它們的故事》（臺北：時報文化，2021），頁 37-40。

45 〈高市大統商圈 同行相吸 形成專業街：相同行業自動靠攏 不怕競爭 期待共同帶動繁榮〉，《經濟日報》（1992 年 10 月 28 日），第 19 版。

無論是商家或消費群眾都是年輕人的「橫向百貨公司」，也可說具有臺灣特色的「商店街」，並非現今吾等所知的「商圈」。需等到 1995 年大統百貨火災和「造街運動」，才讓新堀江成為正式的商圈，也改變附近區域的樣貌。

參、祝融下的造街運動：新堀江商圈的成立經緯

一、商業現代化與造街運動

「新堀江商圈」的產生遠因，其實可回溯到 1980 年代。當時，後工業化的臺灣，度過高度經濟成長期，商業逐漸走向低迷不振的窘境。其原因與工業化之後，面臨產業轉型之際，即便已累積不少儲蓄和外匯存底，但國人卻對於國內投資意願低落有關。政治環境的不穩定，促使人們不願把資金拿來投資到無法速成的新興產業，寧可把資金轉移到能快速賺取利潤的股票和房地產，或乾脆到海外投資。⁴⁶為解決諸多問題，政府便決定要推動「商業現代化」政策，以提升國內商業環境和改善商圈，即零售業者聚集的商業區域。

1983 年 6 月行政院長孫運璿下達促進「商業現代化」的指示後，政府各部會正式研擬商業現代化的方案。⁴⁷翌年 12 月，由經濟部主導的「促進商業現代化法案」正式定案，方案中與商圈（或稱商店街）等零售業最有關者為第三項「促進商業營運之升級」，其重點為：「全面整頓攤販」和「獎勵百貨公司、超級市場、購物中心、商店街之設立，以促使專業化及集中化」。⁴⁸然而，此時期政府著重於大型購物中心的推動，民間則以連鎖便利商店、量販店等新興零售業為主，原有的零售業之改善並無進展。⁴⁹

46 劉進慶，〈ニックス的發展と新たな經濟階層——民主化の政治經濟的低流〉，收於若林正丈，〈臺灣——轉換期の政治と經濟〉（東京：田畑書房，1987），頁 223-232；許極燉，〈臺灣近代發展史〉（臺北：前衛，1996），頁 556-559。

47 〈孫揆指示有關單位：建立健全銷售系統〉，《聯合報》（1983 年 6 月 3 日），第 2 版。

48 〈促請商業現代化方案已定案：將擇顧問管理法律會計等為輔導重點 俟核定後將據以研擬商業局組織條例〉，《中國時報》（1984 年 12 月 29 日），第 1 版。

49 〈經部規劃大型購物中心：地點在火車站捷運站附近〉，《聯合晚報》（1990 年 11 月 18 日），第 5 版；〈廉價方便 加速現代化：雜貨店面臨壓力 消費者最大贏家〉，《聯合報》（1991 年 3 月 29 日），第 5 版；〈賣場現代化 消費增賣點：從百貨公司 超市 便利商店到量販店 為滿足都會區民眾購物舒適性 賣場正加快現代化腳步〉，《聯合報》（1994 年 1 月 6 日），第 15 版。

值得注意的是，同是零售業的「流動攤販」，則成了需要整頓的對象，⁵⁰ 爾後亦影響新堀江商圈之設立和發展。

1990 年代，由於新興商業不斷增加，特別是 1986 年後數量大增的連鎖便利商店成為傳統零售業者的嚴重威脅。⁵¹ 於是，1992 年經濟部決定訂商業基本法規劃商圈，除推動地方經濟的現代化外，業開始策劃全國性的商圈改造和建造商店街的計畫。⁵² 計畫草案於 1994 年末，由經濟部商業司定出，提出「傳統商店升級輔導策略」，以小型零售業的個體、區域或集體化為目標，決議輔導傳統商店和推行形象商圈計畫，讓傳統商店得以全面升級。⁵³ 1995 年 3 月，全國第一個「形象商圈」在桃園角板山誕生，並打出「大小（商店）共存、傳統與現代共榮」的口號，預計分 3 年期進行輔導，接著又打算在臺北、臺中、高雄各選幾處當商店街發展的示範點，⁵⁴ 並於同年 7 月 14 日推出更具體的五大計畫。⁵⁵

為改善商圈環境，1990 年代初期，日本「商店街」概念被導入臺灣。日本把聚集零售商的商業區稱作「商店街」，其定義、範圍和大小並未固定，但最少要 30 間以上的商店和立於公有道路旁。又因聚集了多種專門店，可滿足消費者的需求，故別名為「橫向的百貨公司」。⁵⁶ 而臺灣則把相似的商業區稱作「商圈」或「市集」，也有所謂的「專業街」，如臺北迪化街、高雄五金街等，可見兩地概念不同。

50 〈流動攤販也要繳稅了：經部主張寓禁於徵 逐步整頓使地下經濟合法化〉，《經濟日報》（1993 年 11 月 16 日），第 9 版。

51 1986 年時統一超商（7-ELEVEN）已達百間門市，隨後 1988 年全家便利商店（Family Mart）、1989 年萊爾富便利商店等陸續成立。由於其行銷模式不同於傳統雜貨店，加上營業時間長達 24 小時，符合民眾生活所需，因此數量不斷增加。參閱謝培坪等編撰，《中華民國近六十年發展史（下）》（臺北：國史館，2013），頁 112-113。

52 〈經部決訂商業基本法：落實商業現代化並規範商圈規劃事宜〉，《經濟日報》（1992 年 7 月 13 日），第 1 版；〈促進商業現代化 經部擬設跨部會小組：將就商業發展規劃、人才培訓、品質提昇、升級輔導及自動化等進行推動〉，《中國時報》（1992 年 12 月 8 日），第 17 版。

53 〈傳統商店升級 輔導策略擬定：將逐步朝大型、專業、連鎖化、商店街發展〉，《聯合報》（1994 年 12 月 7 日），第 18 版。

54 〈傳統商店升級 / 形象商圈角板山做示範〉，《工商時報》（1995 年 3 月 30 日）；〈形象商圈 角板山第一個中選：改造之後將「土」得很有特色 營業總收入提高一倍以上投資報酬率由 9% 提升到 30〉，《中國時報》（1995 年 4 月 5 日），第 18 版；〈商業司將訂定商店街開發設置管理辦法草案〉，《工商時報》（1995 年 6 月 16 日）；〈經濟部將在北中南推動示範商業街〉，《中國時報》（1995 年 7 月 27 日），第 18 版；〈集體化、連鎖化、協業化：傳統商店轉型 經部扮「推手」〉，《聯合報》（1995 年 6 月 30 日），第 19 版。

55 五大計畫分別為：商店街五年計畫、形象商圈計畫、招牌商店更新計畫、商業環境設計計畫和工商綜合區計畫。〈為改善商業環境，活化現有商圈，經濟部商業司昨日一鼓作氣推出五大計畫〉，《工商時報》（1995 年 7 月 14 日）。

56 日本在習慣上會把有 30 間以上飲食店或零售店的商業區稱或商店街，到現代連火車站前的購物廣場或是大型購物中心也會被囊括進去，成為商店街的一部分。荒井禎雄，《東京 23 区の商店街と地域格差：魚屋がない、商店街は危ない》（東京：株式会社マイクロマガジン社，2017），頁 17-18。

也因此，初期導入商店街概念的「文化翻譯者」⁵⁷認為，若按日本的定義，住商混合的臺灣，到處都可當成「商店街」，但當時臺灣「傳統的商店街」被視為必須改造的對象和商業型態已出現變化，遂拋棄原來「街」的概念，把「立體」、「塊狀」或「地下街」等商業區也一同納入，把商業區域均稱為「商圈」。⁵⁸以致於後人在討論時造成誤會，以為最初傳來的概念是商圈。⁵⁹不僅概念，其他如法規和組織、徒步區、街頂蓋、牌樓等軟硬體建設亦參照日本商店街，並且著重組織「管理委員會」，因為有法人地位的組織才能向爭取權益和保障。⁶⁰其後，商家們是否有集體意識，遂成為政府判斷能否設立商圈的重要依據之一。⁶¹

在執行面上，分為軟體和硬體兩部分，前者由經濟部商業司負責，並委由「財團法人中衛發展中心」（以下簡稱中衛）⁶²設計規劃；後者則由地方政府編列相關預算等，且為配合前者的計畫，臺灣省政府建設廳要求全臺都市皆須與其密切發展合作，因此也成為都市計畫的一部分。⁶³此外，1980 年代以後，因政治和社會環境的變化，催生出社區運動，繼而觸發 1994 年政府提出「社區總體營造」，以文化建設來從事營造運動，希望藉「由下而上」、「民眾參與」來喚起共創家園和「社區共同體的意識」，全臺各地於此時期也產生許多文史工作室。⁶⁴由於打造商店街、都市計畫和社區營造皆有重疊的部分，三者合起的結果，就是自 1995 年起臺灣社會風行「造街運動」。其後，政

57 討論文化混同議題時使用的中性詞彙，把理解異文化當成像是在「進行翻譯的作業」。本文的狀況則是商業現代化的推行者，將日本商店街的概念導入臺灣，但卻未完全接收日本的解釋方式，而是以臺灣的狀況另外解釋，故可視為「文化翻譯」。參閱皮塔爾·パーク著，河野真太郎譯，《文化のハイブリディティ》（東京：法政大學出版局，2012），頁 61。

58 邱明民，〈商店街淺介〉，《中華民國連鎖店協會會訊》，14（1994），頁 37；李常生，〈臺灣的新商店街〉，《房地產市場與行情》，31（1997），頁 96-97；蔡大猷，〈商店街開發推動計畫——執行與展望〉，《商業現代化》，3 月號（1998），頁 17。

59 譬如一本教授讀者了解商圈行銷的書，便於商圈的定義寫到：「所謂的『商圈』是由日本人所發明的名詞，其基本概念為一個零售店的營業涵蓋有效範圍。」參閱沈泰全、朱士英，《圖解商圈行銷》（臺北：早安財經文化，2007），頁 14。

60 〈大型財團鯨吞 非法攤商蠶食：小本零售業奄奄一息：商業司委託規劃商店街 引進先進國家經營管理方式 希望能夠業者另闢生存空間〉，《中國時報》（1994 年 12 月 12 日），第 18 版。

61 其他考量因素：有無商機、地方政府是否有意願和地方溝通網路（意見領袖、媒體等）。參閱〈創商機 經部扮推手：輔導老街 舊商圈展現新風貌〉，《民生報》（1998 年 1 月 26 日），第 21 版。

62 財團法人中衛發展中心：臺灣政府為推行中心衛星體系，把小企業糾集在大企業周邊，於 1990 年成立的法人組織。參閱陳添枝，《越過中度所得陷阱的台灣經濟：1990-2020》（臺北：遠見天下文化，2020），頁 87-88。

63 劉坤堂，〈商店街及形象商圈之推動〉，《空間雜誌》，124（1999），頁 38；〈中市擬試辦商店街發展計畫〉，《經濟日報》（1995 年 6 月 29 日），第 15 版；〈臺灣省政府建設廳將在全省各縣市開發「形象商圈」〉，《工商時報》（1995 年 9 月 13 日）。

64 謝培坪等編撰，《中華民國近六十年發展史（下）》，頁 223-224；曾旭正，《臺灣的社區營造（新版）》（新北市：遠足，2013），頁 38-39、44-45。

府各部會也提出和社區改造有關的計畫，讓類似的計畫增加，甚至連民間都出現自主進行商店街的改造計畫。⁶⁵

以此，1980 年代以後政府推行的商業現代化，促使日本商店街的概念被導入臺灣，而為了改善商業環境，自 1995 年起，各地都興起了改造商圈或商店街的造街運動，現今為人所知的新堀江商圈就是在前述背景下的產物。

二、大統百貨火災與玉竹街商圈的自立

正當臺灣各地盛行造街運動之際，1995 年 10 月 29 日大統百貨發生火災。⁶⁶ 昔日的南霸天走入歷史，亦促使高雄百貨業或商圈版圖的重整，也成為新堀江和玉竹街商圈誕生的契機。翌年 9 月，因為失去大統百貨後，周圍五百多間商家難以維持生計，於是鄰近玉衡、振成和振華等三里里長，遂在議員的陪同下，向市長吳敦義陳情，希望能早日讓大統百貨得以修復並重新開業。⁶⁷ 不過基於安全的考量，大統百貨一直沒有重新開張，1998 年 10 月高雄市政府仍決定要拆除重建大統百貨。⁶⁸ 儘管眾人仍舊盼望大統歸來，但它終究沒能夠於原址再次復業，而是在 1999 年於和平路另起爐灶。⁶⁹

雖然失去了大統百貨，但 1990 年代起高雄百貨業進入「戰國時代」，新百貨公司陸續開幕，並形成多間大型百貨業串聯的商圈型態，如宏總百貨（1991）、新光三越（1993）和太平洋 SOGO（1996）的「三多商圈」，以及大立百貨和漢神百貨（1995）的「大立漢神商圈」等。⁷⁰ 根據 1995 年《聯合報》的報導，原來受到大環境經濟不起景氣的影響，該年度港都百貨業業績本來預計會有衰退的趨勢，但大統百貨火燒之後，

65 例如：經建會「創造城鄉新風貌行動方案」、文建會「輔導美化地方傳統文化建築空間設計」和「美化公共環境計畫」、內政部「創造城鄉新風貌計畫」、環保署「生活環境總體改造計畫」、衛生署「社區健康營造計畫」等。參閱〈造街運動風起雲湧，為使小型商家能再創經營佳績〉，《工商時報》（1995 年 11 月 20 日）；黃煌雄等調查，〈社區總體營造總體檢調查報告書〉（臺北：遠流，2001），頁 14-27；阮文照，〈商店街再發展之問題研究——以經濟部商業司推動之「形象商圈為例」〉（嘉義：南華大學環境與藝術研究所碩士論文，2003），頁 78-80。

66 〈烈火蹂躪大統百貨雲梯車不敵濃煙數公里外可見，高雄人心驚〉，《中央日報》（1995 年 10 月 30 日），第 3 版。

67 〈重振大統商圈商機里長促速完成安全鑑定〉，《中華日報》（1996 年 9 月 18 日），第 22 版。

68 〈市長要大統百貨拆除重建指出雖影響商圈發展但提振景氣也應有正義觀念〉，《中華日報》（1998 年 10 月 23 日），第 22 版。

69 許蕙真，〈港都景氣有夠 high：百貨公司戰鼓咚咚〉，《高雄畫刊》，改版試刊號（1999），頁 74。

70 〈漢神百貨即將開幕，大立伊勢丹、新光三越高雄店趁淡季時〉，《工商時報》（1995 年 3 月 21 日）；陳妙瓊等編，朱聖吉等撰，〈產業高雄〉（高雄：高雄市政府教育局，2004），頁 111；〈宏總建撈過界闖「文化廣場」：高雄將出現 600 坪書店〉，《中國時報》（1992 年 4 月 12 日），第 26 版；〈大統商圈「錢途」失色？〉，《中國時報》（1995 年 10 月 30 日）。

其業績卻出現成長，如漢神百貨為 20%、大立百貨為 40%。⁷¹ 表示本來聚集於大統的人潮，已經開始向其他百貨或商圈散去。

隨著消費人潮逐漸流失，撐不下去的業者接二連三地結束營業，如 1997 年大統百貨旁的金角百貨，由於不堪虧損決定暫停營業，成為此地最早吹響熄燈號的業者。⁷² 其他像一時蔚為風潮的小騎士德州炸雞、必勝客等快餐速食店，也在租約到期就離開。玉竹街僅剩百貨商場「流行城市」和娛樂大樓「啟安商業廣場」，但其經營都相當慘淡。⁷³

以此，失去能夠吸引消費者的商業中心，不但人潮因此散去，連帶的店家也隨之離去。由於和大統商圈南側有新堀江商場的區域不同，北側的玉竹街周遭缺乏能夠吸引人潮的商業中心，而在大統百貨無法重建的狀況下，該區域的商家為了自力救濟，遂從當時鹽埕區正在進行的「社區營造」活動得到靈感，⁷⁴ 試圖整合既有資源、再興商圈。1996 年 7 月 4 日，以「A+1 進口精品百貨」為首的店家，結合該商圈內二、三十家商家或業者，欲先組成社區「文化基金會」，再推動仿效鹽埕區的「文化藝術徒步區」，即「大統商圈徒步區」的計畫，而徒步區範圍則先以玉竹一、二街及十七巷為主，再向南延伸至文橫一路，其範圍內除了百貨服飾，尚包括電影街、新堀江購物商場、麥當勞等各種不同的商家。⁷⁵

然而，玉竹街的社區營造並未奏效，於是業者們又將目光轉到當時受人矚目的新興商場：「電腦賣場」。1993 年以後，在政府積極推廣網際網路的使用之下，人民越來越習慣使用網路，資訊時代在臺灣來臨，⁷⁶ 隨之電腦的需求也逐漸增加，也因此出現專售電腦的大賣場。1996 年 7 月號稱是全臺最大的新興電腦賣場「NOVA 資訊廣場」在臺北火車站前開幕，吸引了不少人的目光。⁷⁷ 由於產生的經濟效應不亞於百貨，所以

71 〈業績約連續六個月衰退：大統因火災停業 承接其客源每天約成長 20%〉，《經濟日報》（1995 年 11 月 13 日），第 15 版。

72 〈金角百貨 決定歇業：大統百貨燒燬後 芳鄰生意一蹶不振 十日起全館一折出清〉，《中國時報》（1997 年 1 月 1 日），第 16 版。

73 〈逐錢潮 創商機 分析商圈不可少：業者分析三大都會區十一處核心商圈 標出發展前景和店面租金行情〉，《聯合報》（1996 年 1 月 2 日），第 13 版；〈專題 / 電腦商場進駐大統商圈玉竹街盼榮景〉，《工商時報》（1997 年 10 月 6 日）；〈商圈集市百貨聚集創榮景〉，《工商時報》（1998 年 3 月 13 日）。

74 1996 年 6 月舉辦的「另類風情鹽埕埔」行人徒步區活動，係當年社區總體營造「重振鹽埕風華」系列活動之一。〈另類風情 走進港都：壓馬路 盡情徒步鹽埕區〉，《聯合報》（1996 年 5 月 13 日），第 5 版。

75 〈社區商店結合成立文化基金會為帶動商圈興榮〉，《工商時報》（1996 年 7 月 4 日）。

76 李筱峰著，《臺灣史 100 件大事（下）》（臺北：玉山社，1999），頁 153。

77 〈NOVA 資訊廣場 進駐台北火車站商圈：電腦賣場趨勢 又大又舒適〉，《經濟日報》（1996 年 7 月 5 日），第 19 版。

很快地就讓各地業者主動詢問進駐一事，這之中當然也包含了高雄，並於該年底確定將在高雄設點。起初選址本來是在三多商圈的 SOGO 百貨，不過高雄 NOVA 資訊廣場正式開幕時，卻是在大統百貨後方的玉竹街。筆者推測，或許和玉竹街的振興有關，但缺乏明確證據支持，而根據登峰副董事長鍾瓊亮的說法是：「因為看好高雄市發展潛力，才決定今年 6 月在大統百貨旁成立賣場面積 1,800 坪全國最大資訊賣場。」⁷⁸ 1997 年 7 月 4 日，NOVA 資訊廣場在玉竹街開始營業，吸引了不少人潮，據報導載：

全省最大電腦賣場高雄 NOVA 資訊廣場在 7 月 4 日試賣，早上排隊人潮從玉竹街延伸到民生路上，是大統百貨火燒後大統商圈第一次出現這種盛況，累計三天來共吸引近 7 萬人次，平均每天有 2 萬人次以上，消費金額更高達 3,800 多萬元。⁷⁹

如此盛況前所未見，不過事與願違，嘗鮮期過後，熱潮馬上消退，高雄玉竹店成為全臺六間店中業績最差的據點。⁸⁰ 儘管如此，由於周邊的新堀江被選為形象商圈（詳見後述），加上電腦賣場吸引的大量人潮，故有業者認為此機不可失，趁勢開設新型店鋪或進行改建，如：趁複合式速食店「山姆熊炸雞」的開幕，以及決意封館重建，未來將投資 10 億元興建地下二樓地上九樓的綜合性全新流行城市服飾百貨的「流行城市」。而悲觀看法的業者則認為：「玉竹街光是靠一家 NOVA 無法匯集人潮，而流行城市改建要在兩年後才開幕，根本緩不濟急，玉竹街的冬天還很長」。⁸¹

由於 NOVA 不如預期，因此玉竹街的商家為自行救濟，遂開始積極爭取商圈化。首先於 1999 年 1 月，玉竹街、文橫路和中山路等地商家與玉衡里里長一同籌組「玉竹商圈促進會」，當時約有 160 間商家加入，係當年少有的自行籌設商圈的案例之一。⁸²

78 〈店租上漲有了新的方程式：資訊大賣場加上百貨商圈 非但創造共榮也使房租炒高〉，《中國時報》（1996 年 12 月 2 日），第 26 版；〈NOVA 資訊廣場增設據點：將和太平洋百貨合作 明年 7 月開高雄店〉，《經濟日報》（1996 年 12 月 19 日），第 27 版；〈NOVA 將在港都設立最大賣場：決投資近億元 6 月成立 招商會吸引逾百家電腦廠商參加〉，《經濟日報》（1997 年 4 月 17 日），第 26 版。

79 〈NOVA 造勢成功人潮聚：計畫將結合家俱、娛樂等業創造多贏〉，《經濟日報》（1997 年 7 月 8 日），第 23 版。

80 〈高雄電腦市場 涼啊涼：知名賣場買氣炒不熱 有人擬結束營業〉，《經濟日報》（1997 年 11 月 13 日），第 33 版；〈大統商圈沒落，捷運施工黑暗期即將來臨 NOVA 暫退高雄資訊市場〉，《中華日報》（2003 年 7 月 6 日），第 7 版。

81 〈專題／電腦商場進駐大統商圈玉竹街盼榮景〉，《工商時報》（1997 年 10 月 9 日）；〈港都流行城市 變臉：投資 10 億元重建賣場 今起封館拍賣〉，《經濟日報》（1997 年 10 月 3 日），第 34 版。

82 〈再造大統商圈 店家自力救濟：不等大統百貨重建 組玉竹商圈促進會繁榮地方〉，《經濟日報》（1999 年 1 月 25 日），第 38 版。

同年 9 月，該里長聯合包括 NOVA、吳響峻布莊、麥當勞等 57 間店家主動向政府要求商圈再造，並表示：「大統火災後，玉竹街一帶已漸沒落，所以應該再進行造街，以利開發為形象商圈。」⁸³ 不過，由於經濟部每年只補助一處，所以高市府建設局為加速專業街及商圈店家形象再造，決定撥款 1,500 萬元，自行推動「形象商圈」，又據建設局局長李文良表示：「為都會景觀及促進商業繁榮，建設局將從城市風貌、形象商圈、商店街及識別景觀方向來著手。」對象則先選定：左營大道、玉竹街、青年街家具街、新樂街金飾街及舊堀江等五處專業街。⁸⁴

同年 10 月，大統百貨北側的商場全部重建為「高雄原宿廣場」，想藉著當時正流行的哈日風⁸⁵ 喚回昔日的榮景。儘管此區域早有數間購物商場，但報導仍把這間新商場視作「新堀江（商圈）第二商場」，其位置座落於大統百貨及玉竹街中間，基地面積 520 坪，共有兩個樓層、150 個櫃位，一樓是商店街，區分為日本原宿專區和另類名牌專區等兩大主題區，並設有美食餐飲 BAR、特賣商品主題攤位、流行商品展售區等，是主打哈日，以青少年為對象的主題賣場，並於 2000 年 1 月 15 日正式開幕。⁸⁶

原宿廣場開始營業後，加上原有的 NOVA，再銜接中山路一帶的商家，使商業區擴大。於是，乘著哈日風，以年輕人為主要客群，由泡沫紅茶、餐飲、二手和流行服飾、文具、花卉以及紋身等四百間店鋪組成的「原宿玉竹商圈」就此產生。⁸⁷ 其後亦成立商店街組織：「原宿玉竹商圈發展協會」，初期約一百多間店家入會。⁸⁸ 以此，為了挽救火災後人潮減少造成損失而想出來的對策，意外地讓玉竹街周遭的商家們獨自成為一個商圈，也造成後來只隔一條五福路卻有兩個並存商圈的特殊狀況。

83 〈重振大統商圈商機·明辦說明會〉，《中華日報》（1999 年 9 月 10 日），第 22 版。

84 〈高市鎖定五處專業街撥款 1500 萬元協助商圈再造〉，《經濟日報》（1999 年 9 月 14 日），第 34 版。

85 有關哈日風的興起和影響可參考李衣雲，《臺灣における「日本」イメージの変化、1945-2003：「哈日族」の現象の展開について》（東京：三元社，2017），頁 104-108。

86 〈新堀江 小蟻雄兵創商機：乘勝追擊 第二商場下月開張 再造大統商圈榮景〉，《聯合報》（1999 年 9 月 10 日），第 18 版；〈高雄原宿廣場 瞄準青少年：預計二十五日開幕的廣場 以台北西門町商圈方式 吸引年輕人逛街〉，《民生報》（1999 年 12 月 19 日），第 38 版。

87 〈原宿廣場 昨勁爆開幕：商店街像新堀江 還有開放式 DJ 台 提供青少年新去處〉，《聯合報》（2000 年 1 月 16 日），第 17 版；〈原宿玉竹商圈購物節開市一元商品掀熱潮千杯咖啡可暢飲〉，《中國時報》（2003 年 1 月 22 日），第 19 版。

88 〈《商圈搭便車？》長期來看 錢景可期〉，《自由時報》（2007 年 12 月 9 日），地方版。資料檢索日期：2022 年 4 月。網址：<https://news.ltn.com.tw/news/local/paper/173883>。



圖 9 新堀江和中央公園（原玉竹）商圈位置對照圖（2022）

圖片來源：底圖來源為高雄市政府地政局，《高雄地圖網》。網址：<https://gisdawn.kcg.gov.tw/kcmap/>。筆者後製標示。

三、形象商圈：新堀江商圈的成立

誠如前述，在大統百貨發生火災前，新堀江商場和文化路、仁智街一帶，因為有主打「高級選購品店」的新堀江商場和數間電影院，使該地早已成為當時高雄消費最為集中的區域。⁸⁹ 也因此，即便大統百貨火災導致人潮減少，但新堀江仍有辦法勉強維持經營。⁹⁰ 《中國時報》稱：

至於與大統商圈僅咫尺之遙的新堀江商場，原本近五百家的小型精品店業者，亦深恐大統百貨燒燬後，人潮將不再上門。不過，證諸一年多以來，因新堀江商場的精品店以新新人類流行商品為主流，因而吸引青春族前往逛街，商機並未受大統影響。⁹¹

不僅商圈本身的吸引力，新堀江商場的經營者劉奕甫也嘗試舉辦大型促銷活動，

⁸⁹ 劉清約，〈高雄地區商業空間之研究〉，《國立屏東師範學院屏東師院學報》，8（1995），頁 378。

⁹⁰ 〈重振大統商圈商機，明辦說明會〉，《中華日報》（1999 年 9 月 10 日），第 22 版。

⁹¹ 〈金角百貨 決定歇業：大統百貨燒燬後 芳鄰生意一蹶不振 十日起全館一折出清〉，《中國時報》（1997 年 1 月 1 日），第 16 版。

欲藉此吸引人潮。由於計畫奏功，因而讓店家生意好轉，反倒出現營收成長的狀況。⁹²如筆者記憶裡，在大統百貨火災後，曾有一年中秋節舉辦封街烤肉活動，吸引不少消費者前來參與。此外，新堀江周邊也存在許多小吃或滷味攤，也吸引不少學生於課後來此消費，故讓記者認為，就是這些小吃攤才讓新堀江得以在大統火災後維持經營。⁹³另外，也有人認為和「移情作用」有關，因為來到「在舊大統附近的新堀江」，就能重溫當年到大統百貨逛街的感覺。⁹⁴

如此，新堀江不但承襲了堀江商場的名聲，還增添了人們對於大統百貨的情感，再加上精品和小吃吸引到年輕族群的目光等，諸多因素相乘之下，使其博得人氣，並在新世代的心中形成「品牌形象」。而新堀江商場經營成功，讓它成為該區域的商業中心，數百間店家和攤販聚集在一起自成一格，「新堀江」成了非正式的新「地理名稱」，不但取代本來的大統商圈，也讓人忘卻了「堀江」的存在。⁹⁵



圖 10 新堀江商圈仁智街的攤商（1999）
圖片來源：〈五月間招牌更新十月景觀工程完工 哈瑪星新堀江商圈將展新姿〉，《中華日報》（1999年3月6日），第22版。

儘管報導稱新堀江沒有受到太大影響，但或許和大統停業前相比差距甚大，再加上漢神百貨的強勢開幕，已導致部分人潮和商家開始移動，轉移到三多或漢神。⁹⁶因此新堀江商圈的商家也集合起來，積極地爭取社區營造和徒步區計畫，並向政府要求減稅來降低營業負擔，如：1996年7月，繼劉奕甫數年前爭取失敗之後，商家們也向市府爭取設立徒步區，並且和南方文教基金會合作，欲以長期規劃的方式，組織團體發

92 〈高雄新堀江商場 竄紅：業者辦促銷活動吸引買氣 去年業績成長二成〉，《經濟日報》（1999年3月5日），第38版。

93 〈讓你過年好 逛街地攤、小吃、滷味一應俱全：趕工迎新春 新堀江徒步區驗收〉，《中華日報》（2000年1月28日），第22版。

94 王妃靚文、蔡宗昇攝影，〈新堀江商圈 舊大統與新堀江〉，《高雄畫刊》，1月號（2003）。資料檢索日期：2021年1月25日。網址：https://kcginfo.kcg.gov.tw/Publish_Content.aspx?n=3D7C9BFC4F86BF4A&sms=FB76F1E6517A12DC&s=476662C862441F4D&chapt=235&sort=1。

95 報導稱「很多人都知道高雄有一個新堀江，卻不知道『堀江』之名來自何處」。詳閱〈打造堀江新風貌 熱鬧登場有吃冰大胃王比賽又有商店尋寶抽獎活動〉，《民生報》（2000年10月30日），第CR2版。

96 蔡淑貞，〈新堀江商店街消費行為與管理策略之探討〉，頁124，附錄5-1「新堀江商店街總經理劉奕甫」。

展社區文化，隨後成立以店家為主的文史工作室；翌年1月五百多家業者向高雄市府陳情和再次爭取徒步區，甚至表示願意自行出資重新整建新堀江商場為行人徒步區；為彌補損失，商家們向稅捐處爭取減稅措施等。⁹⁷由此可窺見商家們為求生存，彼此之間已形成共識，逐漸有組織化的雛型。

實際上，在經濟部推動「商業環境改善五年計畫」後，早在1996年就有人認為高雄的新堀江商圈已具備了良好的商圈生態結構。⁹⁸不過，根據經濟部數次南下高雄進行調查的結果，至同年末，高雄各商圈的條件仍未臻成熟，難以發展為商店街。⁹⁹1997年6月因為經濟部沒有找到合適的地點成立形象商圈，故先從高市建設局推薦的名單中做選擇，¹⁰⁰並且挑出業者意願相當高，而且早就經過新興區公所整合、協調和成立100萬基金的「新堀江商圈」做優先評選對象，並於1997年6月4日再次派人南下調查。¹⁰¹幾經波折之後，同年9月2日新堀江商圈終於被選定為「示範商店街」，其理由



圖 11 中衛規劃之新堀江商店街範圍（1997）

圖片來源：底圖來源為高雄市政府地政局，〈高雄地圖網〉。網址：<https://gisdawn.kcg.gov.tw/kcmap/>。筆者後製標示。

97 〈新堀江商場向市府請命爭取設立徒步區〉，《工商時報》（1996年7月23日）；〈商圈共同行銷 蔚然成風〉，《經濟日報》（1997年1月21日），第41版；〈形象商圈帶來無限商機 新堀江商圈自立自強造街〉，《工商時報》（1997年8月14日）；〈民間社區總體營造有雛形〉，《中國時報》（1996年6月5日）。

98 〈企業人語——百貨商圈與房地產發展的互動關係〉，《工商時報》（1996年9月13日）。

99 〈短視近利 難有長久商機〉，《中國時報》（1996年11月12日），第13版。

100 候選名單有：漢神百貨旁的新田路、中正文化中心旁的廣州一街、苓雅區三多商圈、鹽埕區新樂街，以及新興區的新堀江商場等五個商圈。〈新堀江 獲選形象商圈機率高：經部派員南下調查配合意願 希望濃厚〉，《經濟日報》（1997年6月5日），第23版。

101 〈新堀江可望獲選第一個形象商圈 業者成立百萬基金投入規劃 經濟部列為優先評選對象下月初定案〉，《中華日報》（1997年6月5日），第22版。

是：「新堀江商圈內有 100 多家店家配合意願相當高，預估商店街開發可在兩年內完成，對五福商圈繁榮也有助益。」¹⁰²

此時設定的「新堀江商店街」範圍，分為主要和次要街道，前者為文橫二路 167 巷和文化路；後者為兩巷道之間的仁智街（參見圖 11）。¹⁰³ 在得知會被輔導為形象商圈後，業者不但表示歡迎，還成立配合經濟部改造商店街，由百家業者組成的「新文化商圈促進會」，¹⁰⁴ 以及店家、攤商和電影院自行組成的「奧斯卡文化商圈促進會」。¹⁰⁵

1997 年 11 月 13 日召開「新堀江示範商店街案例」的規劃會議，正式開始討論各種和商店街改造有關的事宜。¹⁰⁶ 根據其計畫略述：「將在仁智街成立牌坊，把文化路改變成有小型噴水池的行人徒步購物區；奧斯卡戲院前設置小型表演場；文衡二路巷內規劃為以花草為主的綠色巷道，預計全部造街案分三年三期完成。」¹⁰⁷ 而在中衛著手改造新堀江商店街之前，高雄市政府為呼應經建會的「創造城鄉新風貌行動方案」，亦選定包含新堀江商場的文化路等六處商圈作為示範道路，改建原有的廣告物、拆除違規的招牌，以及設計具有地方特色的形象。¹⁰⁸

在整頓環境期間，商家也組織了「新堀江商店街委員會」來管理商圈，首任會長為新堀江購物中心總經理劉永堅（奕甫）。1998 年計畫準備執行時，商店街的範圍內，聚集約 600 家商店，其中包括奧斯卡六家電影院，新堀江購物中心內的 288 個小型精品店，以及三十七街舶來品廣場、巴黎街精品廣場、多慶生活館、小林、寶島、得恩堂、中美眼鏡、溫蒂漢堡、彩色巴黎泡沫紅茶坊、茶典喫茶坊等不同類型的商店。此外還積極招攬，如美體小舖、A&D、BOSSINI 休閒服等不同類型的商店進駐，並且調整行業別的

102 〈港都新堀江商圈 改造有望：店家配合意願高 商店街開發兩年內可完成〉，《經濟日報》（1997 年 9 月 29 日），第 20 版。

103 〈新堀江可望獲選第一個形象商圈 業者成立百萬基金投入規劃 經濟部列為優先評選對象下月初定案〉，《中華日報》（1997 年 6 月 5 日），第 22 版。

104 〈重振大統雄風，中衛發展中心協助規劃新堀江商圈 積極改頭換面〉，《工商時報》（1998 年 2 月 14 日）；〈新堀江商圈 全新登場：高市首條改造街道 耗資 890 萬元〉，《經濟日報》（2000 年 2 月 6 日），第 2 版。

105 〈新堀江申請成立商圈促進會〉，《中華日報》（1997 年 9 月 7 日），第 22 版。

106 〈檢送簡介「新堀江示範商店街案例」初步規劃協調有關會事宜會議紀錄〉，《高雄市政府檔案》，高市府建二字第 45829 號，1997 年 11 月 27 日。

107 〈港都新堀江商場 造街計畫變數多〉，《經濟日報》（1998 年 5 月 22 日），第 38 版。

108 另外五處為漢神百貨附近的新田路和允文街、新光三越旁的三多三路、文化中心附近的廣州一街，以及鹽埕區新樂街和大勇路。〈經建會要創造城鄉新風貌：商業區、社區、觀光區、招牌等都要處理〉，《經濟日報》（1997 年 3 月 12 日），第 4 版；〈港都造街運動 重塑地方色彩：選定六處商圈 以都計建管手段展現新風貌〉，《經濟日報》（1997 年 6 月 11 日），第 23 版；〈高市府以輔導獎勵替代強制拆除違規看板〉，《工商時報》（1997 年 7 月 29 日）。

分類，以避免產生互相牽制的狀況。¹⁰⁹

根據中衛發展中心和新堀江商店街委員會的規劃，新堀江商店街將會被塑造為休閒購物街道，將會設置咖啡座和藝文表演活動，可讓行人悠閒逛街購物，並編列 1,800 多萬元以補助商圈再造，其中 1,400 萬元作為三條道路的改造費，另外再編列 400 多萬元作為商圈招牌更新費用。為達成前述計畫，第一期就是申請設立徒步區和規劃街道景觀，並且為了造勢宣傳，於 1998 年 2 月封街舉辦情人節活動，以重新聚集人潮。¹¹⁰ 同年 5 月邵正宵和陳慧琳舉辦封街歌友會，應該是首次在新堀江舉辦活動的藝人歌手。¹¹¹

然而看似一切順利的造街運動，卻因為流動攤販能否擺攤的問題而成為造街運動的阻礙。如前所述，在政府推行商業現代化之時，把攤販視為需要改革的對象，故當時社會氣氛對攤販並不友善，¹¹² 以致於當地眾多的攤販並沒有被納入造街計畫。這也讓當時新堀江的兩百間攤商相當不滿，要求市府加以協調，府方也召開會議討論此事。由於攤商們希望全數列入考慮，因而反對新堀江店家提出「按照專家意見，評估後訂出適合商圈的攤販數」的看法，而遲遲無法達成協議。高市建設局長李文良則說：「這項觀光商店街造街計畫，如果相關業者無法達共識，建設局將向經濟部建議撤銷全部再造案。」攤販問題讓新堀江造街計畫在此蒙上一層陰影。¹¹³

此外，攤商也曾向市府陳情，希望和奧斯卡電影院一同被規劃為「形象攤販區」，但經過建設局評估後表示「此處攤販不僅妨礙交通，也常和路人起糾紛、打架等」，故無法同意。¹¹⁴ 市府態度，直到 1998 年換成謝長廷擔任市長後才有轉機，他認為「取締攤販在社會景氣不好不宜做。」¹¹⁵ 1999 年 8 月 7 日，在李文良向經濟部建議後，終於

109 〈專題 / 新堀江商店街開發計畫〉，《工商時報》（1998 年 4 月 8 日）。首任會長名字於新聞原文為劉永堅（奕甫）。

110 〈重振大統雄風，中衛發展中心協助規劃新堀江商圈 積極改頭換面〉，《工商時報》（1998 年 2 月 14 日）；〈高市新堀江商圈再造案生變：200 餘攤販未列入規劃 若協調不成可能撤銷〉，《經濟日報》（1997 年 8 月 6 日），第 34 版；〈搶搭情人節列車 新堀江街吻大賽引爆氣氛 你是我的巧克力活動 情侶浪漫演出吸引觀眾目光〉，《中華日報》（1998 年 2 月 15 日），第 17 版。

111 〈南北歌友會：「唱宵慧」千人捧場 林景滢直排輪開道〉，《聯合報》（1998 年 5 月 24 日），第 26 版。

112 歷年來政府對攤販的態度變化，可參考莊淑姿、曾國豪，〈觀光夜市之建構與再現——以高雄市為例〉，《高雄文獻》，4（3）（2014），頁 38-39。

113 〈高市新堀江商圈再造案生變：200 餘攤販未列入規劃 若協調不成可能撤銷〉，《經濟日報》（1999 年 8 月 6 日），第 34 版。

114 〈新堀江流動攤販要求規劃為形象攤販區 建設局初步評估：不宜〉，《中華日報》（1997 年 8 月 29 日），第 22 版。

115 〈謝長廷：企業觀點做市政：願「圖利」市民 景氣差不取締攤販〉，《中華日報》（1998 年 12 月 23 日），第 3 版。

決定將攤車納入規劃，同樣由專家來評估和設置，而攤販、店家和里民三方都不得異議，並成立管理委員會來管理維護環境。¹¹⁶ 最初規劃為 32 攤，後來改為 64 攤，最後確定數字則為 80 攤。¹¹⁷ 在討論攤車能否設置的期間，其實也有發生規劃行人徒步區引發百間商家不願配合和規劃設置美觀遮陽棚卻和法令牴觸等問題。¹¹⁸ 諸多事例顯示，造街運動很難滿足所有人的需求，故推動相當不易。

在計畫多次延宕的狀況下，唯招牌更新計畫順利執行，於 1999 年 5 月開始更新，範圍是整個新堀江商圈，即文化路、文橫二路 167 巷和仁智街的店家，於該年 10 月完工，且為避免沒有創意，只規定設定大小和懸掛位置，其餘皆「量身訂做」。¹¹⁹ 排除各種難題之後，1999 年 10 月，眾人「期盼已久」的道路終於開始動工，並於翌年 1 月 24 日完工：路面改鋪花崗石，路燈改裝藝術園燈，植栽羅漢松，入口牌樓；攤商也將納入管理，將使其成為高品味的商業區域。¹²⁰ 原來只是個自然形成的商圈，經過政府的



圖 12 文橫二路入口牌樓（2009）
圖片來源：李芳蓉提供。



圖 13 商圈改造過後的文化路景（2000）
圖片來源：高雄市政府經濟發展局，〈商圈改造成果〉，
《高雄市政府經濟發展局官網》。資料檢索日期：
2022 年 1 月 20 日。網址：<https://edbkcg.kcg.gov.tw/cp.aspx?n=0FE4993BCDAEB86B>。

116 〈新堀江商店街可望納入觀光攤車 建設局：數量委由專家學者評估後設置攤販店家及里民不得異議〉，《中華日報》（1999 年 8 月 7 日），第 22 版。

117 〈合併前直轄市議會第五屆第四次定期大會〉，《高雄市議會公報》，39（6）（2000 年 11 月 21 日），頁 2019。參閱《地方議會議事錄總庫》。資料檢索日期：2022 年 2 月 2 日。網址：https://www.th.gov.tw/new_site/01archives/01file_archives/。

118 〈港都新堀江商場 造街計畫變數多〉，《經濟日報》（1998 年 5 月 22 日），第 38 版；〈設遮陽棚牴觸法令 徒步區需管委會指揮交通 新堀江規劃案細節尚待突破〉，《中華日報》（1998 年 1 月 1 日），第 22 版。

119 〈新堀江哈瑪星招牌將更新 並邀專家為鹽埕區商家招牌量身訂作〉，《中華日報》（1999 年 3 月 13 日），第 22 版。

120 〈新堀江商場完工 有看頭：街道改頭換面 攤商將納入管理 營造成高品味徒步區〉，《聯合報》（2000 年 1 月 25 日），第 17 版。

輔導後觀光化，成為高雄的形象商圈——「新堀江商圈」，個性商店、流行服飾、飲食名店成為此地特色。¹²¹

總的來說，1995 年大統火災後，早已成為當年高雄最繁華區域的新堀江商圈，即使生意能保持一定水準，但仍受到影響，而不得不自救。1997 年適逢經濟部想來高雄設立形象商圈，在新堀江商家們積極爭取下，終於成為高雄的形象商圈代表，也快速展開「商店街」建造作業，並於 2000 年初正式成為「新堀江商圈」。不過規劃過程中，遇到不少難題，其中攤販問題最令人頭疼，在多次協調、討論後，總算能夠開工、打造新堀江商店街，但暫時的妥協不代表完全處理好，以致於成為商圈發展的隱憂。

肆、結論

高雄的新堀江商圈是眾人所熟知的商業區域和觀光景點，為了釐清「新堀江」的由來和商圈成立之經緯，本研究試著以報紙資料，重新建構了新堀江商圈 1988 年到 2000 年的發展歷程。首先，1980 年代隨著高雄市經濟中心的東移和大統百貨帶來的商機，仿造高雄歷史悠久的「堀江商場」，一間嶄新的「新堀江舶來品精品商場」於大統商圈南側的文橫二路 167 巷中開設，成為今日眾人熟悉的「新堀江商圈」之起源。由於同樣販售舶來品，而且經營者與堀江也有關連，再加上皆位在同條路上，因此和兩商場間存有傳承和競爭的關係。

「新堀江」在名稱上借用了早在高雄享有盛名、位於鹽埕區的「堀江商場」；商場建築則模仿了日本商店街或參考臺北西門町的「萬年大樓」，將內部打造為集中式的現代化商場。而創辦者會有此一構想，很可能是受到當時政府推動「商業現代化」的影響。由於新堀江商場販售的商品受到年輕人喜愛，所以快速走紅，連帶也吸引年輕人來此創業，不但使其獲得「創業街」的稱號，也成為未來新堀江商圈的基礎。

就在高雄市有所發展之際，早從 1980 年代前期起，因為國內商業不振，促使政府為改善商業環境和促進國人投資，開始研擬和推動「商業現代化」。隨之，推出一連

121 〈創商機 經部扮推手：輔導老街 舊商圈展現新風貌〉，《民生報》（1998 年 1 月 26 日），第 21 版。

串和商圈有關的政策和導入「日本商店街」的概念，並從 1995 年起陸續在臺灣各地成立「形象商圈」，再加上政府各單位在當時都提出類似的計畫，以致於 1990 年代興起前所未有的「造街運動」。

在此時期，1995 年大統百貨發生火災，並對大統商圈周邊的數百間商家造成重大影響，諸多商店若非歇業，就是隨著散去的人潮轉移他處。而大統五福商圈，也以五福二路為界，就此一分為二：以北是玉竹街；以南則是新堀江。由於前者缺乏像新堀江商場的商業中心，玉竹街周邊的商家經濟衰退較為嚴重，也因此積極地找尋各種辦法，試圖挽救自家生意。最初嘗試的是社區營造和規劃大統徒步區，但卻不了了之，計畫無法持續。接著又招徠時下受人注目的電子商場 NOVA 進駐，欲使其成為新的商業中心，然而成效卻不如預期。因此，彼等便效法萬年大樓或新堀江，利用當時流行的哈日風，打造新的商場：「原宿廣場」，並組織「玉竹商圈促進會」，希望可以利用「造街運動」打造商圈、振興該區經濟。儘管最初沒有被經濟部選上，但玉竹街仍在高市府的協助下成為獨立的新興商圈。

相對於此，早已有小名氣的新堀江一帶的業者，因為有新堀江商場和小吃攤等吸引人潮的因素，故火災後仍能維持經營一段時間。其後，為了改善逐漸衰退的商業環境，也開始爭取「商圈化」。儘管幾經波折，最終於 1997 年被經濟部選中為代表高雄市的形象商圈。不過造街計畫卻一度因為攤販問題而頓挫，直到市府多次協助溝通經濟部才有轉圜的餘地，並在改造街道環境後，2000 年 1 月「新堀江商圈」正式成立。

要之，在造街運動的時代氛圍下，為改善火災後逐漸衰退的商業環境，本來只是附屬於大統商圈的兩個商業區域：玉竹街和新堀江都各自在 2000 年前左右成為獨立的商圈。尤其是後者，在創設之初，還只是一個商場，如今不但是商圈的中心，「新堀江」三字甚至成為新地理名詞。不過因為兩者距離很近，加上後者的知名度較高，故廣義上的「新堀江（商圈）」會包含著玉竹街商圈，其範圍當然也實際上的新堀江商圈來得更大。爾後，隨著商圈的發展，不但成為高雄年輕人必來的逛街之地，還隨知名度不斷提高，一舉躍升為全國聞名的地方商圈。