

論夜市興起、式微與再興之研究——以士林夜市與寧夏夜市為例

20205黃若臻、20304林宸玟、20507徐唯珊

研究動機：

寧夏夜市與士林夜市作為曾經盛極一時及正當紅的兩個知名夜市，我們想瞭解士林夜市為何會人潮銳減？從極受人歡迎到現在衰退的光景。

相對地，寧夏夜市作為很早開始進行轉型且名氣蒸蒸日上的夜市，對比每況愈下的士林夜市，我們想探討如何可以讓士林夜市再次煥發生機。

研究目的：

(一)分析士林夜市及寧夏夜市的經營現況。

(二)由寧夏夜市成功轉型探討士林夜市可能的轉型方向。



文獻探討：

士林夜市SWOT分析

外部因素 內部因素	O機會	T威脅
S優勢	1、交通方便又鄰近捷運站→適合辦理適合辦理活動→未來可與傳統藝術中心聯合規劃大型活動 2、產品種類多→可辦理結合商家的活動以提升產品知名度或聯名辦理活動 3、腹地大→可容量更多的店面或大量的人潮	1、鄰近捷運站→辦活時有利於吸引本土客人回流,有機會翻轉印象 2、擁有B1美食區→可解決露天夜市下雨生意差問題 3、產品種類多→可兼顧價格低廉及中高階產品客群
W劣勢	1、品質下降→恢復品質來找回客源 2、租金過高→在稅金下降的可能中降低租金吸引新店面開設 3、環境不佳→利用改造商場容貌的機會改善環境	1、使用雙語招牌→用雙語招牌吸引顧客且明確標價,讓觀光客不再被坑殺 2、推廣較獨特且品質較好的產品來扭轉形象

資料來源：本研究自行整理

寧夏夜市SWOT分析

外部因素 內部因素	O機會	T威脅
S優勢	1、自治會較積極→對推動集體事物更有幫助 2、交通方便、附近商圈多→商旅林立→吸引客源 3、特色食物多→較不易被其他夜市取代 4、食物有品質保障→民眾大力推廣	1、食物品質保障且價格親民→需注意夜市之間競爭狀況 2、附近商圈多→可與其他商圈共同舉辦活動解決下午自身不能辦的問題
W劣勢	1、區域小→攤商間凝聚力較強 2、產品種類較少,吃的較多→專注提升食物品質	1、區域較小→較容易匯整全體攤商的意見→避免出現太多重複性的商品

資料來源：本研究自行整理

研究結果：

一、轉型成功結果：

2010年時，寧夏夜市觀光協會為寧夏夜市建置網站，走上科技潮流之尖端，但在攤商意願不高，經費取得也很困難，所以寧夏夜市加入北市府資訊局的雲端應用輔導計畫專案，希望取得更多資源來提升整體科技上的規劃，因此招集到部分店家，導入宣揚的JabezPOS雲端系統，以此軟體為基礎，攤商和管理層一起尋求解決辦法，用最快的速度搭上了行動支付的潮流，不但和許多行動支付公司合作並與悠遊卡公司接軌，不但方便本地住戶，外國遊客也可一台手機遊夜市，再加上寧夏yesAPP的創立，讓更多人知道如何遊覽寧夏夜市。

二、士林夜市為何需要轉型：

1、負面新聞過多重創觀光形象：

曾經有攤商以高價販賣水果坑殺民眾，並且有一段時間未曾改善，因此給顧客留下了負面印象。且現在也有許多士林夜市攤商坑人的新聞消息，像是骰子牛、烤玉米、兩隻小巴西龜與魚缸...等。

2、攤商店家缺乏有效管理：

為了快速展店，變成了知名商品的大量複製，因此失去了在地特色，而且有部分商家不注重品質，不會像原商家一樣重視品質，更破壞了名聲。

研究結論：

1、價格公開透明化：

經過我們實地探查後，寧夏夜市的攤商，會將價格公開透明化，多數攤商都會寫明商品之價格，不會發生有標價不明確而造成糾紛的事情，我們認為夜市應設置一個小型的申訴中心，即刻讓顧客可以反應與申訴遇到的糾紛。

2、持續提升自身品質：

在107年度夜市食安微笑標章獲獎名單中，寧夏夜市有85間商家得到了金質獎的肯定，而腹地較大、商家也較多的士林夜市卻只有17家獲選，士林的攤商們也應盡力維持品質，重建會讓民眾對其食安有信心。攤商做的用心，民眾就會吃的安心，如果努力獲獎，就能重新打造士林夜市的新形象。

3、降低產品同質性提升在地特色：

因為士林夜市常常會有看到某類商品生意不錯就不斷開設相同商品商家的情形，例如：會有高達18攤都在賣水果的情形，讓顧客們失去了新鮮性就會減少大家來消費的意願，如果士林夜市的自治會可以限定同質性的攤商只能3-5間以下，以減少夜市同質性店家過多的問題，也就有更多店面能吸引更多特色商家進駐，士林夜市就有更多吸引不同性質人羣的機會。

4、積極落實執行管理政策：

士林夜市從2020年開始，參與台北市政府推出「台北市攤販長期精進計畫」，此計畫以「管人、管地、管秩序」為原則納管。讓原本不屬於自治會管轄範圍的無照攤販合法化，且擁有攤商自己可運用的範圍也有固定時間的限制，可以讓居民的生活品質較不易被打擾，也讓消費者吃的安心，進而改善士林夜市的負面形象。