

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

廠開新門-S家商觀光科學生對觀光工廠認知之探討  
以雲林虎尾興隆毛巾觀光工廠為例

Opening a New Door—Cognitive Research on Tourism Factory of Shu-Te Vocational  
High school Tourism Students —Taking SL Towel Industrial Tourism & Explore Factory  
as an Example

作者：

蔡金能。私立樹德家商。高三 8 班  
黃耀陞。私立樹德家商。高三 8 班

指導老師：

林映秀 老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

因應時代潮流的演變，以服務為主的產業觀光，成為 21 世紀一項新興的休閒產業。製造產業走向觀光化，是一股知識經濟時代的趨勢，美國、英國、荷蘭、法國、日本等與民生消費相關的工廠觀光化已行之有年，例如：瓷器、水晶、玻璃、食品、製酒、汽車等工廠，早在 20 世紀就已經由製造兼營觀光服務踏出產業轉型，結合旅遊業朝向國際觀光之成功發展，實為今日觀光工廠的先驅。經濟部工業局及經濟部中部辦公室為回應時代潮流需要，自 2003 年起推動「觀光工廠輔導」相關計畫，協助具有產業文化或觀光教育價值，且實際從事製造加工的傳統工廠轉型，經過七年的輔導成果，造成 44 家觀光工廠的業績。這些觀光工廠除本業外兼營其產品、製程供遊客參觀的觀光服務，使民眾能一窺「活體生產工廠」全貌，不但滿足國人深度的休閒體驗的需求，更創造傳統產業第二春（經濟部工業局）。台灣虎尾的興隆毛巾工廠為台灣第一家毛巾觀光工廠，在歷經了時代洪流的侵襲，依然仍活躍於國際的舞台上。在這一波新的未來旅遊新趨勢，身為未來觀光前鋒的觀光科學生，是否已經對觀光工廠這一新的名詞有初步的及認知，學生對這一新的觀光現象是否可以接受進而推廣它，而在經濟部推廣的過程中，是否已經足夠。

根據上述之說明，本小組決定以「廠開新門—S 家商觀光科學生對觀光工廠認知之探討—以雲林虎尾興隆毛巾觀光工廠為例」想探討傳統產業在轉型的過程中所遇到的困境與過程，並輔以問卷調查，瞭解 S 家商觀光科學生對於觀光工廠的認知，期望能讓民眾更認識觀光工廠的美及其深具文化內涵的背景，進而提出結論與相關建議，並給予政府單位及興隆毛巾觀光工廠作為經營上及推廣上之改進。

### 二、研究方法

- (一)文獻分析
- (二)問卷調查

### 三、研究流程圖

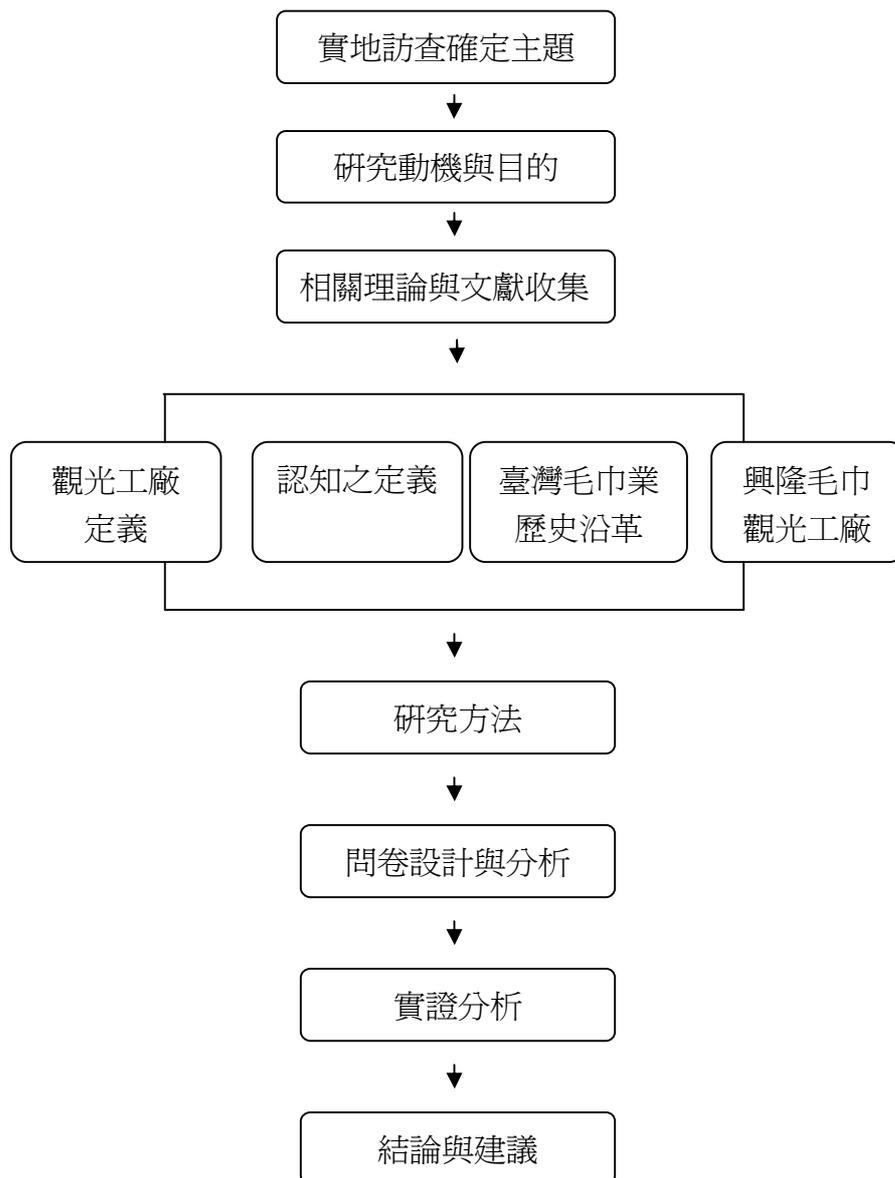


圖 1-1 研究流程圖

## 貳●正文

### 一、 相關定義

#### (一) 觀光工廠定義

觀光工廠一詞的概念是由前經濟部施顏祥次長所提出的名詞，期許以製造業兼營觀光服務模式開啓產業變革的新思維，讓工廠經由觀光化，以整合具有地方文化、產業文化的特色，凝聚成觀光休閒的附加價值，展現出工業新風貌，並開創工業觀光新資源（經濟部，2003）。

目前在觀光工廠計畫的推動之下，廠商性質可分為兩個部份，一個是成熟產業，隨著產業沒落和結構的改變，加入了一些新的因素，這因素就是觀光工廠，第二個就是產業文化的聚集，也就是透過觀光化將原本的產業文化發揚出來（楊勝評，2003）。

發展觀光工廠已行之有年的美、英、日等國的經驗來看，觀光工廠結合了製造工廠原有的經濟效益，以及遊憩、購物的休閒觀光功能，而且，對遊客來說，了解日常使用的物品如何被製造出來，極具觀光吸引力。整體而言，還能帶動地方觀光產業經濟。

#### (二) 認知之定義

認知心理學包含感覺刺激的轉換、簡化、推測、儲存、獲得和使用所有過程，簡單而言認知本身是個體經外在的某事物所傳達之訊息刺激後，再經過訊息處理的內在連續過程所得到的對此事物的認識與看法（Neisser，1967）。

遊憩前通常對該地區有一個既定的想像，來源包括親友、大眾媒體...等所形成的短暫認識與了解。

### 二、 台灣毛巾業興隆觀光工廠起源概述

#### (一) 台灣毛巾業歷史沿革

1950 年的上海顧家五兄弟渡海來台，走入雲林縣樸實的鄉間小鎮-虎尾，民國七十年代的毛巾產業可以說曾經風光一時，也造就了虎尾極盛時期的繁榮。隨著經濟的起飛，1972 年在雲林縣的林內鄉以及1978 年在斗六市相繼成立較具規模的美冠及保長兩大家毛巾工廠，承接大量的外銷訂單，使我雲林縣的毛巾產業佔整個台灣的內外銷毛巾市場舉足輕重的地位。

2002 年2 月15 日我政府加入WTO世界自由貿易組織，開放中國大陸毛巾進口，此時，中國大陸毛巾即以大量低價並以偽標「台灣製」的毛巾欺騙消費者，

打擊我國本土毛巾產業，擾亂我台灣市場，嚴重侵蝕毛巾產業，使我國毛巾產業聚落頻臨消失的階段。

2004 年 10 月間，幸得毛巾產業先進的覺醒，攜手共組雲林縣毛巾產業科技發展協會，經協會各幹部努力奔走結果得到經濟部工業局的重視，適時地對本協會進行教育訓練，灌輸新的知識及提昇品質，並進一步在台北市中正紀念堂舉行毛巾嘉年華會，提醒消費者如何選擇認定真正在台灣織造的「台灣毛巾」。

## (二) 興隆毛巾觀光工廠介紹

位於雲林縣虎尾鎮的「興隆紡織廠」，在經濟部工業局地方群聚產業輔導計畫與工研院輔導小組的協助下加入了雲林觀光工廠之列。以「品質、創新、效率」為管理精神，以「優質、自然、溫馨」為產品策略，迎合世界潮流，致力開發創意產品，提高生產獲利率。期盼讓國人能使用更高品質的毛巾產品、並以台灣製造為榮。為建立品牌，與中國、越南的廉價毛巾競爭，於本土打拚 30 年的興隆紡織廠努力創新，並陸續開發多款獨特性毛巾，深受國人及消費者青睞。(經濟日報)。

## 三、實證分析

### (一) 受訪者對觀光工廠認知

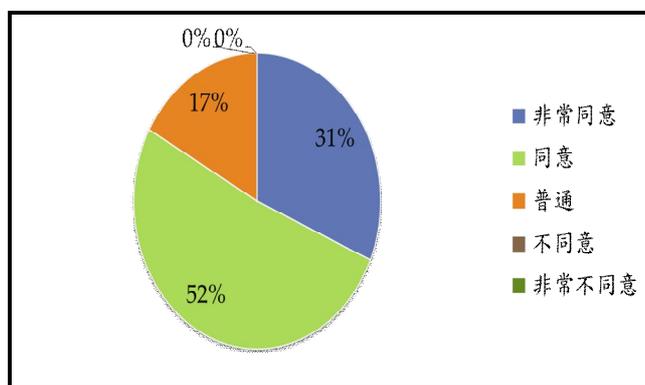


圖 3-1

S 家商觀光科學生對於觀光工廠是將傳統生產製造業，結合觀光成為服務的產業以同意佔（52%）為最多，其次為非常同意佔（31%）。由此可知大多數人都同意此觀點。

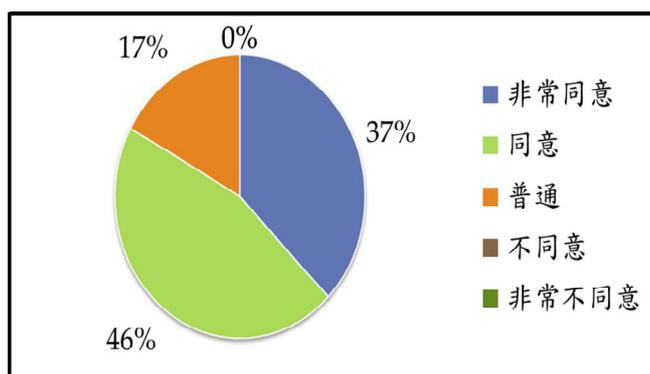


圖 3-2

S 家商觀光科學生對於觀光工廠不僅同時保存地方的人文特色與產業風貌且具有振興產業活絡經濟效果以同意佔（46%）為最多，次要為非常同意佔

(37%)。由此可知大多數人都同意此觀點。

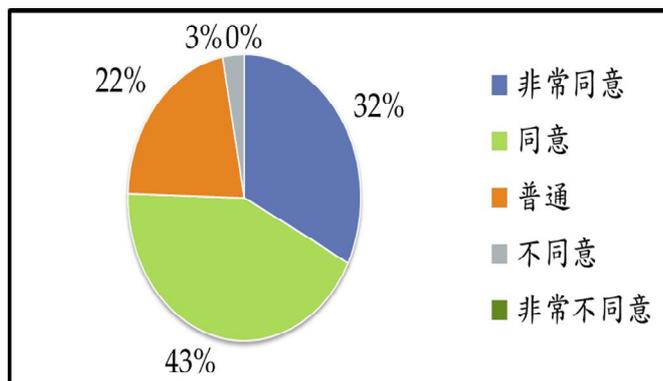


圖 3-3

S 家商觀光科學生對於透過觀光工廠可以了解過去產業與當地社區的歷史文化，以同意（43%）為最多，次之為非常同意（32%）。由此可知大多數人都同意此觀點。

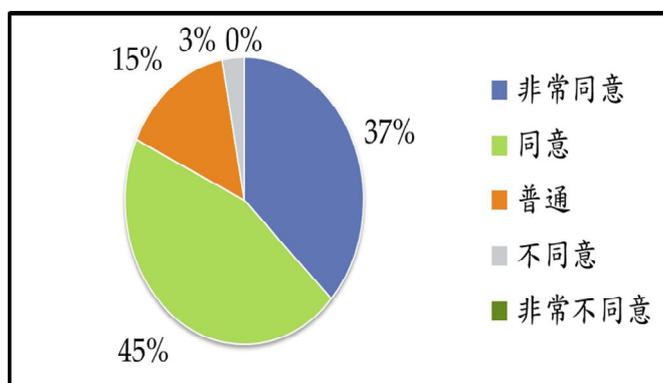


圖 3-4

S 家商觀光科學生對於觀光工廠可透過解說服務、體驗活動，提供產業本身相關知識教育的機會以同意（45%）為最多，其次是非常同意（37%）。由此可知大多數人都同意此觀點。

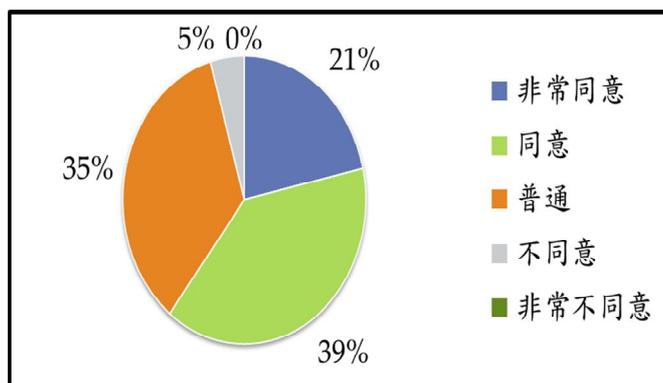


圖 3-5

S 家商觀光科學生對於興隆毛巾工廠是屬於觀光工廠的一種以同意（39%）為最多，其次為普通（35%）。由此可知大多數人都認意此觀點。

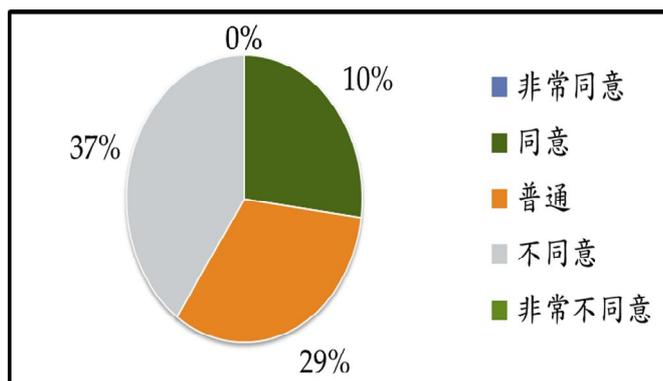


圖 3-6

S 家商觀光科學生對於透過參觀興隆毛巾工廠，會引起對產業過去的回憶以不同意（37%）為最多。由此可知大多數人都不同意此觀點，可能是因

為與出生年代有關。

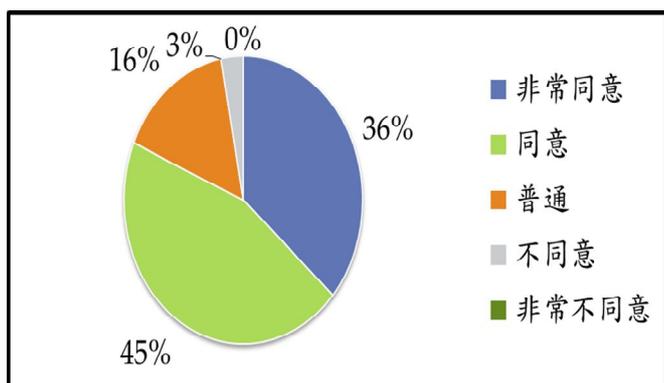


圖 3-7

S 家商觀光科學生對於**觀光工廠可由解說人員帶領，親身體驗參觀產品的製造過程**以**同意（45%）**為最多，其次為**非常同意（36%）**。由此可知大多數人都同意此觀點。

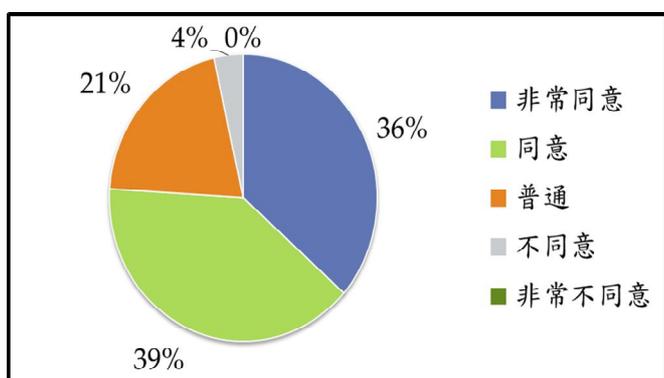


圖 3-8

S 家商觀光科學生對於**透過體驗 DIY 活動，可以從中獲得成就感**以**同意（39%）**為最多，次之為**非常同意（36%）**。由此可知大多數人都同意此觀點。

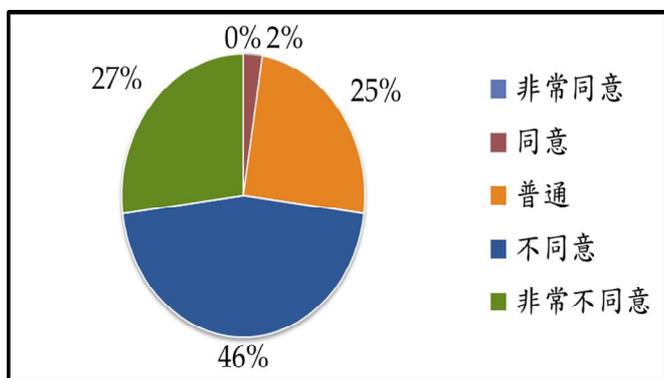


圖 3-9

S 家商觀光科學生對於**經濟部推動觀光工廠之旅在推廣上是恰當的**以**不同意（46%）**為最多，其次為**非常不同意（27%）**。由此可知大多數人都認為經濟部在推動觀光工廠上是不夠顯著的。

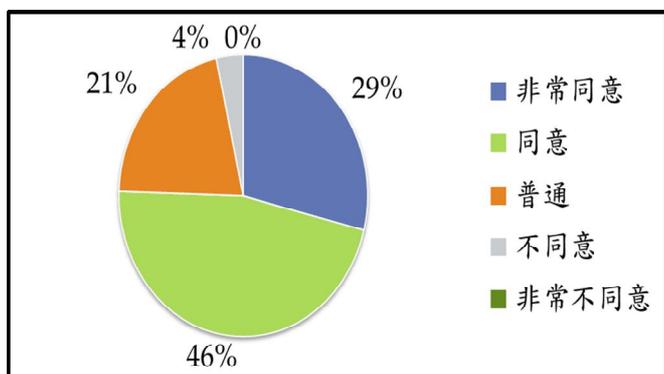


圖 3-10

S 家商觀光科學生對於**透過產業再造可以提高傳統產業之附加價值**以**同意（46%）**為最多，次要為**非常同意（29%）**。由此可知大多數人都同意此觀點。

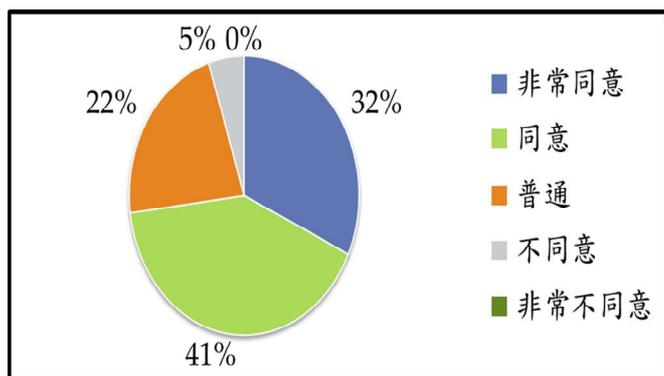


圖 3-11

S家商觀光科學生對於觀光工廠有助於提升台灣觀光以同意(41%)為最多，次之為非常同意(32%)。由此可知大多數人都同意此觀點。

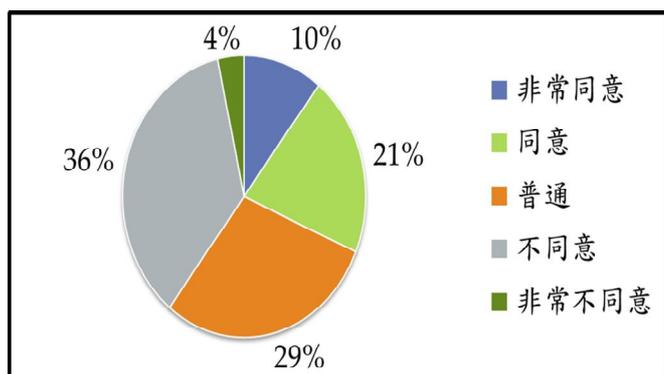


圖 3-12

S家商觀光科學生對於觀光工廠是出遊的好景點以不同意(36%)為最多，普通(29%)為其次。由此可知政府在推廣觀光工廠方面仍是不足的。

(二) 受訪者基本資料

受訪者基本資料		人數	百分比	是否前往過	人數	百分比
性別	男	66	33%	是	18	9%
	女	134	67%	否	182	91%
合計		200	100%	合計	200	100%
年級	高一	48	24%	是否曾去過經濟部認證觀光工廠	人數	百分比
	高二	55	27%	是	33	16%
	高三	97	49%	否	167	84%
合計		200	100%	合計	200	100%
資訊來源				人數	百分比	
大眾傳媒				34	17%	
由親友、師長得知				109	54%	
網路				19	10%	
其他				38	19%	
合計				200	100%	

資料來源:本研究整理

## 參●結論

### 一、 研究結論

以觀光工廠認知層面之相關性顯示，S 家商觀光科學生對於觀光工廠是有一定的基本概念的，大家普遍同意觀光工廠是將傳統生產製造業，結合觀光成爲服務的產業，並保存地方的人文特色與產業風貌且具有振興產業活絡經濟效果，亦有助於提升台灣整體觀光。再者，受訪者認爲，遊憩觀光工廠，不僅可以瞭解該產業與當地的歷史文化並可藉由動、靜態解說與實際的 DIY 體驗以增進課外知識與視野。但是在產業回憶這一區塊，受訪者的敏感度相對的會比較弱勢一點，依本小組討論過後得知，與受訪者的生長年代背景有關連，過去也較沒機會接觸傳統產業，所以共鳴點與年長者相較之下是比較低的。

雖然政府近年來大力推動在地產業文化與觀光動線結合，讓製造產業走向觀光，更在九十二年由經濟部工業局、經濟部中部辦公室推動觀光工廠計畫。但沿革至今，許多學生仍對於前往觀光工廠的遊憩意願普遍不高，本小組認爲政府應配合大眾媒體宣傳、宣導，業者亦要適時地舉辦促銷活動(如學生專案)，就此提高學生之遊憩意願。

### 二、 研究建議

本組經過討論後，提出下列二點建議，提供給相關單位作爲參考：

- (一) 推廣興隆毛巾觀光工廠：經過問卷調查發現，大多數受訪者都不太清楚興隆毛巾工廠的訊息，大多數都是由親友、師長來得知的。在網路得知率方面只佔 10%，雖說館方在 Facebook 上有設立粉絲團，但加入者不算多，建議除了定期更新資訊外，更能設置「粉絲獨享優惠」，推出折價卷在網路上供人下載使用，除了購買吸引力會增大，更能創造出口耳相傳擴大效應，並爲毛巾系列商品進行形象廣告、產品設計添加節慶元素、在興隆毛巾工廠進行節慶活動，將消費者的生活情感緊緊聯繫於興隆毛巾工廠，建立與消費者長期之關係。
- (二) 推廣觀光工廠：根據問卷調查結果發現，大多數的受訪者都不曉得什麼是觀光工廠，依據文獻資料顯示，雖然報章雜誌有在介紹各家觀光工廠的故事，但這顯然還不夠，建議相關單位除了在雜誌方面，更可擴大在網路、電視媒體廣告等通路進行宣導並成立專屬的推廣網頁，或是向下紮根，推出獎勵旅遊方案，可從觀光旅遊相關通路著手，或是鼓勵相關科系師生，進行校外參觀教學活動之安排，讓更多人知道觀光工廠是個旅遊的好地方，廠開新門，歡迎更多人的來訪。

## 肆●文獻資料

### 一、書籍資料

1. 丁家愉，林怡姍，李玉雪，(2010)。興隆毛巾觀光工廠顧客滿意度之研究，吳鳳技術學院電子商務系四技部。
2. 中華經濟研究院台灣 WTO 中心，(2006)。WTO 兩岸毛巾貿易爭端解析。
3. 古珮甄，(2005)。青少年對產品意象偏好之探討，國立台灣科技大學設計研究所。
4. 李孟純，(2010)。觀光工廠體驗行銷、滿意度及忠誠度關係之探討-以白木屋品牌文化館為例，龍華科技大學商學與管理研究所碩士學位論文。
5. 林融聖，(2006)。閒置資產再利用發展策略之研究 —以觀光工廠為例，逢甲大學土地管理學系碩士班碩士論文。
6. 張正錫，(2005)。我國傳統製造業轉型觀光工廠之經營策略探索性研究，私立中原大學企業管理學系碩士學位論文。
7. 張理如，(2007)。觀光工廠意象與品牌知名度、購買意願關係之研究-以大黑松小倆口牛軋糖博物館為例，朝陽大學休閒事業管理系碩士論文。
8. 劉碧雯，(2002)。國人對高爾夫球場遊憩認知與需求之研究，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班論文。
9. 陳瑩盈，(2005)。產業轉型之策略探討-觀光工廠之解說服務評估，靜宜大學觀光事業學系。
10. 鄭文博，(2005)。產品展示情境對產品意象的影響，國立台灣科技大學設計研究所碩士學位論文。
11. 鄭惠苓，(2008)。產業觀光遊客之遊憩認知與需求及滿意度之研究，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班論文。
12. 潘季珍，(2008)。遊客對於產業觀光之認知與遊憩體驗偏好之調查，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班論文。

### 二、網路資訊

1. 經濟部：<http://www.moea.gov.tw/Mns/populace/home/Home.aspx>
2. 經濟部工業局：<http://www.moeaidb.gov.tw/>
3. 興隆毛巾觀光工廠導覽平台：<http://www.sltowel.com.tw>