

投稿類別:觀光餐旅類

篇名:

大陸旅客對北部客家文物觀光行程設計之觀光吸引力

作者:

曾嘉瑜。私立樹德家商。三年二四班

葉家菱。私立樹德家商。三年二四班

黃冠惠。私立樹德家商。三年二四班

指導老師：廖家增老師

## 壹●前言

### 一、 研究背景

根據世界觀光組織的定義，觀光是「一種利用休閒時間所作之旅遊活動」，尤其是文化觀光旅遊被世界各地視為無煙囪的工業，意味著國人開始注重健康方面的型態，不僅提升地方文化的能見度，也帶動地方產業的經濟發展，居民文化生活素質提升，是爭取觀光旅客以及園區投資之主要資源。

三級產業包括了食衣住行育樂，觀光事業乃國家發展與社會建設---都市發展、交通運輸、環境生態、文化藝術等之總體表現。人為了達成某一願望，離開原居住地，經過一段相當旅途到達與居住地不同之處所，觀察或體驗新環境中的事物或其他特色，謂之觀光。因此，『觀光含有觀賞和學習之意，且是一種以空間之移動為內涵的活動（1979 倪執中）。』其中觀光也細分了很多種類型，會議觀光、運動觀光、大眾觀光、另類觀光、文化觀光等等。就目前而言，傳統文化漸漸的被科技所取代了，故政府極力響應民眾參與具有文化傳統價值的行程，文化觀光被聯合國教科文組織定義為「一種與文化環境包括景觀、視覺和表演藝術和其他特殊地區生活型態、價值傳統、事件活動和其他具創造和文化交流的過程的一種旅遊活動。」內心的旅程就是人生最遙遠的距離，從事文化觀光的行為不只是去觀賞”一種文化”而是帶著自己本身的文化去探索另一種文化、去比較、去用心感受。

客家人是臺灣第二大族群，半數以上的客家人，祖籍為廣東鎮平縣，今所謂的四縣腔及海陸腔亦指源於兩地之口音。在四川稱為廣東人，根據說法之一，客家人是經過千年演化最終形成相對穩定的客家民系。

### 二、 研究動機

被稱為寶島的台灣有著數不盡的好山好水，也有許多重要的台灣文化，2009年觀光局統計來台觀光客已倍增 1.4 倍，可見台灣政府對文化觀光旅遊重視的程度，而北部文化遺址是台灣史前文化的代表文化之一，時間大致從 2,300 年前開始，到漢人進入本地區之後才結束。文明是人類生活的指標，物資和精神生活的增進，豐富了人類的歷史。除了石、鐵外，還有為數不少的陶器，這些代表北部文化遺址有著重大的意義，不僅是可讓旅客喚起旅遊經驗的物品，還是具有紀念意義與象徵旅遊地的特性，全球華人的經濟影響力受到矚目，靠的不再只是經濟實力，而是各國文化的創造力，亦即價值觀，是文化特色，也是生活方式的顯現。

文創產業之發展，是在地而深耕且獨一無二的，然而如何使觀光客滿意而感動，才是文化觀光最需要努力的目標。台灣每年的觀光人大部分是大陸旅客，根據調查，大陸旅客非常嚮往台灣的民俗風情，而北部不僅遺址文化豐富，還擁有多元特色的客家文化，這些地區的居民能運用客家地區的人、文、地、產、景等資源為基礎，將之發展成具歷史性、文化性或獨特性之地方產業。加上近年來文化觀光的發展逐漸受到重視，大部分先進國家都是以在地文化資源特色發展文化觀光。文化觀光不僅可以提升居民及遊客對文化遺產的重視，更具有教育、體驗當地文化的吸引力，這讓我們想到在大陸也有客家文化，而台灣的客家文化是否能吸引大陸旅客前來旅遊觀光，是我們想探討的動機之一；而北部客家文物有哪些吸引力讓他們前來台灣觀光，及其認知是我們想探討的動機之二。

### 三、 研究目的

1. 探討大陸旅客來台動機
2. 探討大陸旅客對北部文化行程之吸引力
3. 探討大陸旅客對台灣客家文化的認知

### 四、 研究流程

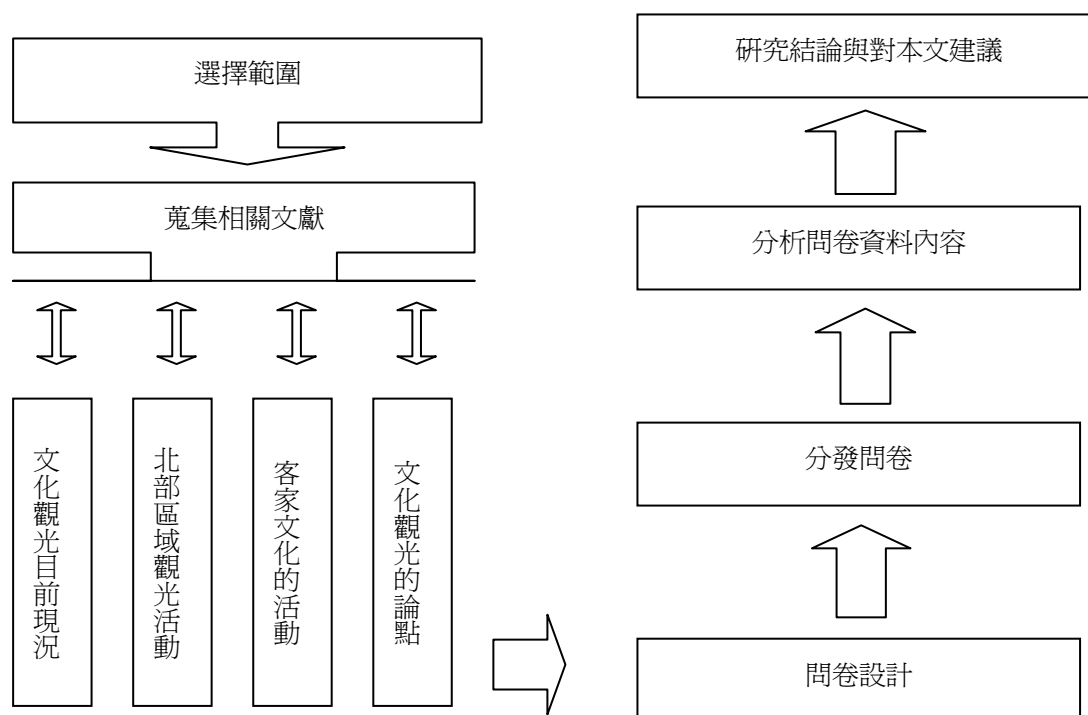


圖 1-1 研究流程圖

(資料來源：本小組繪製)

## 貳●正文

### 一、 相關定義

觀光是對他地、他國的人文觀察包括文化、制度、風俗習慣、國情、產業結構、社會型態等，其作用可增廣見聞、知識及提高知識素養(倪執中，1979)。

世界觀光組織有狹義與廣義兩種解釋。狹義為：「文化觀光是指個人為特定的文化動機，像是遊學團、表演藝術或文化旅遊、嘉年華會或古蹟遺址等而從事觀光的行為。」廣義為：「文化觀光包含所有人們的活動，他為了去滿足人類對多樣性的需求，並試圖就由新知識、經驗與體驗中深化個人的文化素養。」(交通部觀光局，2013)。

#### (一)客家文化

##### 1.客家與油桐花季的關係

油桐花是客家人早年重要經濟作物之一，果實可以榨油、制作火柴棒、木屐，苗栗境內分布很多。油桐樹廣泛種植於苗栗客家地區，有助於提升居民生活水準，客家族群對油桐美景也產生獨特的情感，以前在化學原料不普及的時候，桐油就是油漆工業中的重要原料，其防水性極佳，以往常被用來塗在船外殼或當作油紙傘的原料，2002年，客委會於公館鄉北河桐花林下之百年伯公石龕設壇，感念山林間提供居民賴以維生的油桐花，所以創辦了「客家桐花祭」活動。(客家事務委員會，2009)

##### 2.客家菜的特色

「鹹」、「香」、「肥」一直是傳統客家菜的特色，「鹹」是為了易於保存，不易腐壞，亦補充辛苦農作流汗後所需之鹽分；「肥」也是因為客家人粗重的工作，需要補充大量的體力，「香」則能增加食慾並耐飽，且客家菜食材多為硬料(如乾魷魚)，勤儉的客家人，發明出各式各樣的醃漬品，亦處處反映了客家族群勤奮堅苦，刻苦耐勞的生活哲學(客家文化發展中心，2014)。

##### 3.客家傳統民俗與技藝：

客家染布:藍染與台灣花布一直都是客家給人的印象或許說客家藍衫，大家的印象會比較深刻客家藍衫，客家人日常穿著的首選藍染其實是植物染的一種，以不同種植物為原料，即有不同的顏色(客家委員會官方網站，2013)。

## (二)觀光吸引力的定義

『Hu & Ritch (1993) 認為旅遊目的地的吸引力是遊客對於目的地提供的滿意程度所表達出感覺、看法和意見認知。』『Gunn (1993) 認為，如果行銷是對旅遊所提供的推力，那麼吸引力就是所提供的拉力。』所以，觀光吸引力是由目的地所構成導致遊客前進的拉力因素 (pull factor)，即觀光吸引力是以旅遊目的地構成遊客前往的動力，強調吸引力就是引誘人們去觀光或在觀光時提供人們做些活動。

## (三)文化觀光的定義

文化觀光是一個地區或國家，向觀光客呈現的一切文化活動的風貌，其要包括：民族習慣、宗教儀式、民俗藝術與技藝，以及一切人類在不同的空間與時間所展現的各類人文活動(鄭人魁，2009)。

文化和觀光的結合，個人以為最重要的是在：觀光乃是文化行銷手段，文化則是觀光的內涵。換句話說，經由觀光之操作，有計畫、有目的、有組織、有方法的展現各種文化環境、文化活動，以提升民眾文化素養，並利於文化傳播和傳承。而觀光之引入文化，或以文化包裝、呈現，可使觀光於身心知覺外賦予更大意義和價值。

## 二、 研究設計

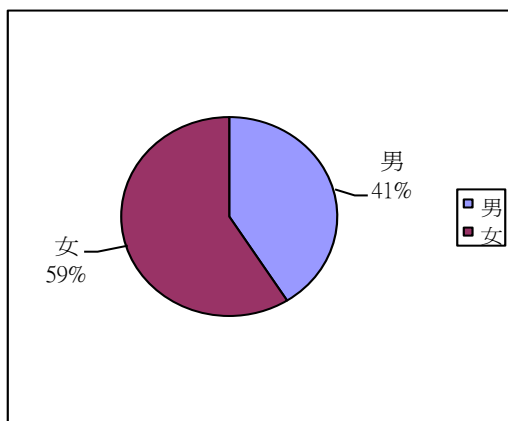
(一) 研究對象：大陸來臺北部旅客

(二) 研究範圍：北部地區（基隆、台北、桃園、新竹）四大區域

(三) 研究方法：本研究主要針對大陸旅客來觀光之北部地區進行實地問卷調查研究，本小組共發出 100 份問卷，實際回收率 100%，無效問卷 0 份。本研究用 Excel 統計方式，以圓餅圖的方式呈現統計資料，

(四) 問卷設計：爲了了解大陸遊客對北部客家文物的吸引力，以李克特 5.1 量表，【非常同意】、【同意】、【普通】、【不同意】、【非常不同意】五個等級來衡量受訪者的想法。

三 問卷結果

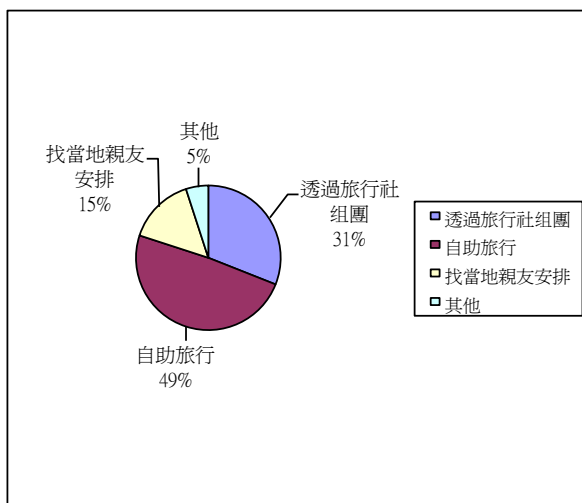
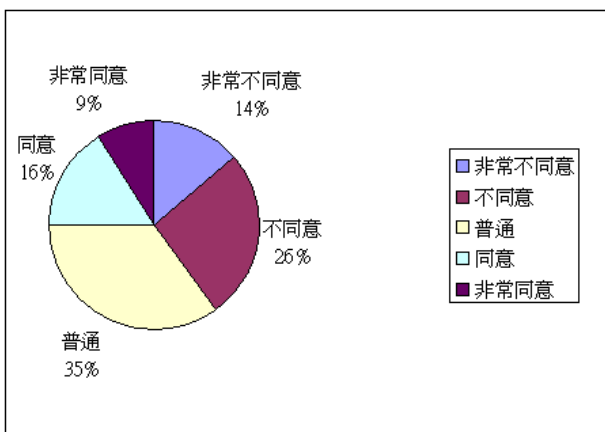


說明:從此圖表可以得知,填寫問卷的大陸來台旅客中,最多的是以女性為主,其次是男性。

4-1.性別比例分析表  
(資料來源:本小組繪製)

說明:從此圖表可以得知,大陸來台旅客對客家人的了解程度最多的是普通,其次是不同意。

4-2.大陸旅客了解客家文化比例分析表  
(資料來源:本小組繪製)

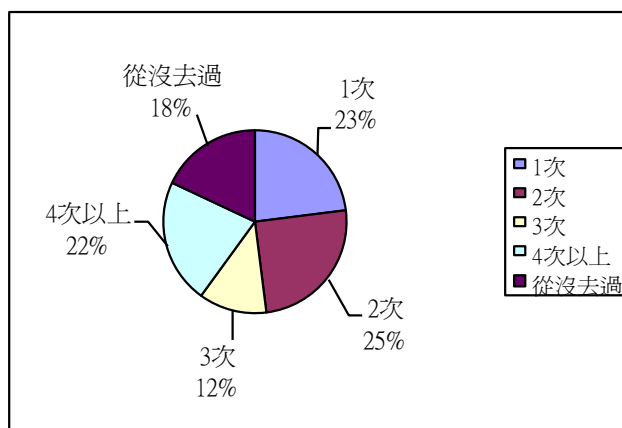


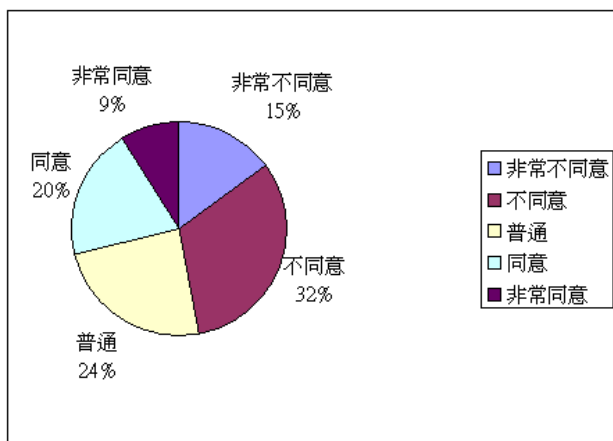
說明:從此圖表可以得知,大陸旅客來台參與文化觀光主要採取自助旅行的方式居多,其次是透過旅行社組團。

4-3.參與文化觀光主要會採取何種形式比例分析表  
(資料來源:本小組繪製)

說明:從此圖表可以得知,大陸旅客過去(或2.3年)曾參與文化觀光活動次數以2次居多。

4-4.過去(或2.3年)曾參與幾次文化觀光活動比例分析表



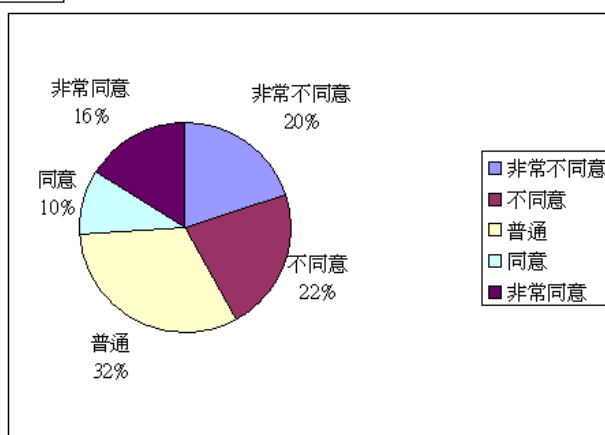


說明:從此圖表可以得知,大陸旅客對於台灣北部的客家文化習俗還可以接受。

4-5.大陸旅客對台灣北部的文化習俗感興趣比例分析表 (資料來源:本小組繪製)

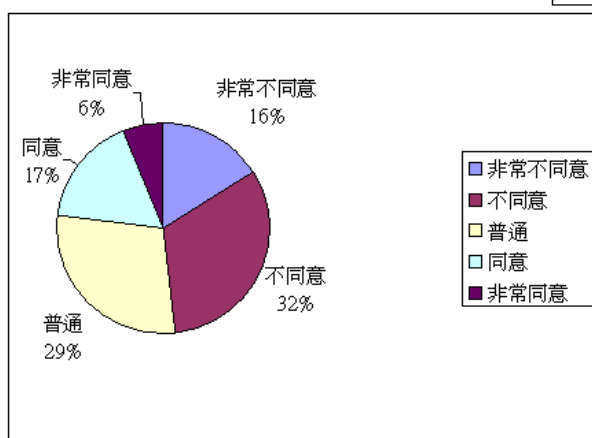
說明:從此圖表可以得知,普通最多,其次是不同意,大陸旅客對於客家文化並未十分了解。

4-6 客家文化眾多比例分析表 (資料來源:本小組繪製)

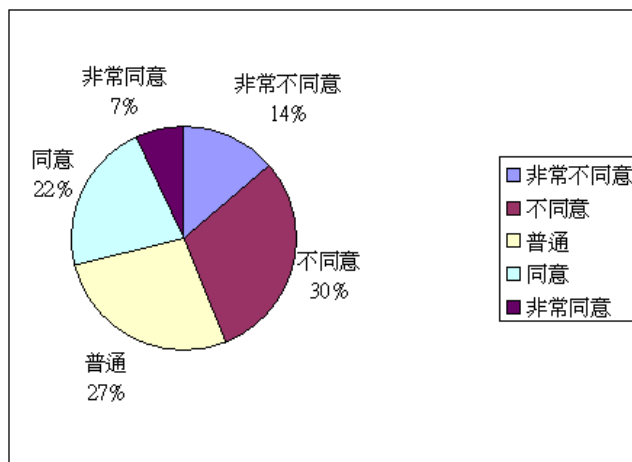


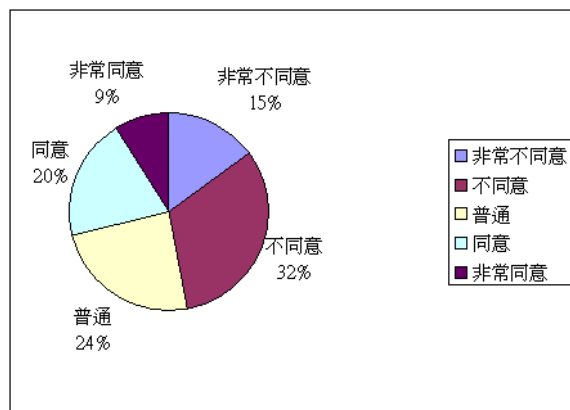
說明: 從此圖表可以得知大陸來台旅客對台灣客家文化是否想深入了解最多是抱持不同意看法其次是採普通。

4-7 大陸旅客對台灣客家文化是否會更深入了解比例分析表 (資料來源:本小組繪製)



說明: 從此圖表可以得知大陸來台旅客對參與與客家觀的活動採不同意居多,其次是普通。  
4-8 大陸旅客會想參與和客家有關的行程比例分析表 (資料來源:本小組繪製)



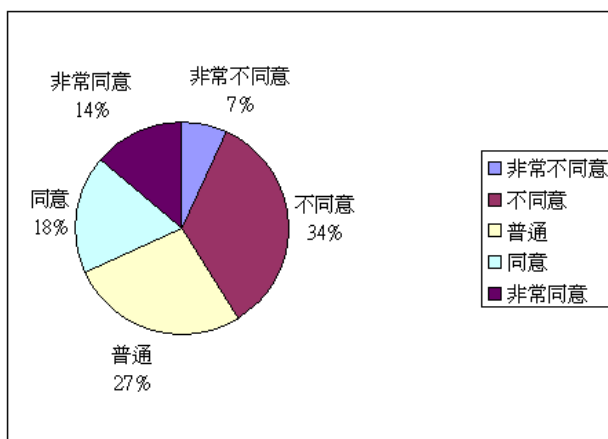


說明: 從此圖表可以得知大陸來台旅客對台灣北部的文化習俗不同意者占最多, 其次是普通。

4-9 大陸旅客對台灣北部的文化習俗感興趣比例分析表  
(資料來源:本小組繪製)

說明: 從此圖表可以得知, 大陸來台旅客, 是否想對客家傳統儀式更進一步了解, 最多採不同意, 其次為普通。

4-10 大陸旅客想進一步了解客家傳統儀式比例分析表  
(資料來源:本小組繪製)



## 參●結論

### 一、 結論與建議

#### (一) 結論

大陸來台旅客性別女性 59%其次男性為 41%, 大陸來台旅客對客家人的了解程度普通占 35%其次不同意為 26%, 大陸旅客來台參與文化觀光主要透過自助旅行占 49%其次透過旅行組團 31%, 大陸旅客對台灣北部的文化習俗感興趣不同意占 32%其次普通為 24%, 大陸客曾參與幾次文化觀光活動二次以內占 25%其次為四次以上占 22%。

在我們這次設計發放問卷的調查中, 我們發現了填寫問卷的大陸客大多是以未婚女性來台自助旅行居多, 是以來台放鬆心情的目的為主。

其中教育程度是以高中(高職)為最多, 年齡坐落於 31 到 40 歲之間, 大部分的大陸來台旅客以中年為主, 從事行業以服務業居多, 其次為商業。

在問卷的顯示中, 我們可以看到, 大陸來台旅客對客家文化的認知並不多, 所以我問卷數據中多是以不同意或普通居多, 在發放填寫問卷的過程中, 我們有對大陸來台旅客做一些小提問, 大陸來台旅客表示, 他們不是不喜歡台灣的客家文化, 而是客家的文化觀光行程在大陸地區是比較少的, 或者是遊覽車只是經過, 但並沒有真正走下去探索體驗客家的美食以及傳統文化, 對於台灣的客家文化, 大陸來台旅客是懵懂的, 知道台灣有客家人, 卻不知道客家人的魅力所在。



## (二) 建議

本小組透過問卷調查，分析結果為大陸客對台灣客家人並不熟悉，原因：

1. 兩岸交流的旅行社只有少數部分的旅行社有台灣客家人的行程，因此本小組建議台灣觀光局可以增加推動台灣客家的行程，並在各大機場的服務中心設置簡體字的客家文化介紹簡介。
2. 聯合大型連鎖旅行社進駐的內地合作，推行有關台灣客家人的行程或者在旅行社內放置有關台灣客家人的簡介，例如：客家的習俗、語言、技藝、民俗、美食…等等。
3. 而從結論中可以得知，大陸旅客來台通常採自助旅行為主，本小組建議可以與捷運站一同研發推行，有客家意象的一卡通，並隨手附贈客家的小簡介，可以利用各大交通工具來做客家文化的宣傳，例如在公車、高鐵、火車、纜車…等等，外觀包裝有關客家的活動，增加大陸來台旅客詢問的機率。
4. 飯店可以推行有關於客家特色的套房，例如：在牆上掛客家的傳統服飾掛框、有關於客家純樸熱情的意象壁畫、提供餐點則以客家傳統美食為主與油桐花盥洗用具，例如：油桐花沐浴乳洗髮精洗臉皂、印有客家意象的刷牙杯茶杯、茶包、毛巾等等…。本小組提供以上建議，希望可以讓來臺大陸旅客更了解客家文化。

## 肆●文獻資料

### 網路文獻

客家文化發展中心。取自日期 2014.1.22

<http://thcdc.hakka.gov.tw/wSite/welcome.htm>

臺北市政府客家事務委員會。取自日期 2014.1.22

<http://www.hac.taipei.gov.tw/ct.asp?xItem=1047460&ctNode=26423&mp=122021>

臺北市立圖書館小博士信箱。取自日期 2014.1.22

[http://kids.tpml.edu.tw/sp.asp?xdurl=DR/library03\\_1.asp&id=25280&mp=100](http://kids.tpml.edu.tw/sp.asp?xdurl=DR/library03_1.asp&id=25280&mp=100)

### 中文文獻

1. 「另類觀光」變成「文化觀光」的概念來概括前面所提及的活動特質，也意味著官莊的新趨勢。(于涵、李東影、趙強生 2008)
2. 倪執中 (1979)：台中大甲鎮瀾宮遶境觀光節慶活動行銷策略之研究。朝陽科技大學。休閒事業管理系碩士論文。
3. Gunn (1993)：媒體行銷對韓國觀光吸引力關係之研究。國立高雄應用科技大學。觀光管理系碩士論文。