

投稿類別：觀光類

篇名：

高雄文創觀光發展調查滿意度—
以駁二為例

作者：

陳琪紋。私立樹德家商。觀光事業科高三 24 組
施依君。私立樹德家商。觀光事業科高三 24 組
陳慈婷。私立樹德家商。觀光事業科高三 24 組

指導老師:

黃靖容 老師

壹●前言

一、研究背景與動機

整合文化及創意累積的產業，即稱之為文化創意產業（Cultural and Creative Industry），簡稱文創產業，此一新興業種在歐洲如英、法等地，已經成為當地重要的經濟發展來源之一。文創產業在台灣已有十多年的歷史，當初是由前文建會主委陳郁秀女士於 2002 年引進台灣，擁有多元的歷史文化背景，也已有為數不少的創意工作者，我們所需要的就是將資源及人才聚集起來。

駁二特區建造於民國 62 年，起初只是港邊的倉庫，之後慢慢成為廢棄倉庫，但在民國 89 年國慶煙火施放的偶然機緣下，讓大家發現這一個鄰近海岸且相當具有發展潛力的開放空間，再加上文建會的閒置空間再利用的專案資源，以及各文創人才回流進駐，而讓這個地方充滿了色彩，現在的駁二特區也是個炙手可熱的觀光景點，近幾年的增加了更多的藝文展覽，把高雄的特色發揮的淋漓盡致，也帶動了附近的觀光，不禁讓人覺得這是否跟文創產業的興起有關。

二、研究目的

- (一)探討遊客前往駁二藝術特區的動機是否與文創產業有關。
- (二)針對遊客對於駁二藝術特區的園區規畫及文創活動安排之滿意度。

三、研究方法

(一)研究對象

預估於 1 月 1 日~1 月 4 日下午前往駁二藝術特區做問卷調查，當天因聖誕節有展覽及活動，我們推測會吸引許多人潮，進而了解他們對於駁二文創藝術展覽的看法及感受，藉由分析及統計結果做出結論和建議。

(二)研究方法

本專題以問卷調查為主，文獻分析及實地勘察補足相關資訊，以下為研究方法：

1. 問卷調查法

我們印製了一百份問卷，將這些問卷發放給附近遊客或民眾，在將問卷回收後做以統計。

2. 文獻分析法

我們利用網路尋找碩博士論文裡的內容以及維基百科還有學者所說的有關駁二文創方面的資料，蒐集後再將資料做一個分析。

3. 實地勘查法

我們實際到駁二藝術特區去觀察之後，我們發現了文創商店裡的商品陳列方式有點凌亂，所以我們在問卷裡就有提出這個問題讓填寫問卷的人回答這個問題讓我們了解。

(三)問卷設計

我們問卷設計採用了五度量表，其中有「非常滿意、滿意、普通、不滿意、非常不滿意」也採用隨機抽樣的方法將我們所設計的問題以印製一百份然後隨機發放，再將我們所發放的問卷回收做統計。

(四)問卷內容

1. 是否曾經逛過駁二的文創商店及展覽

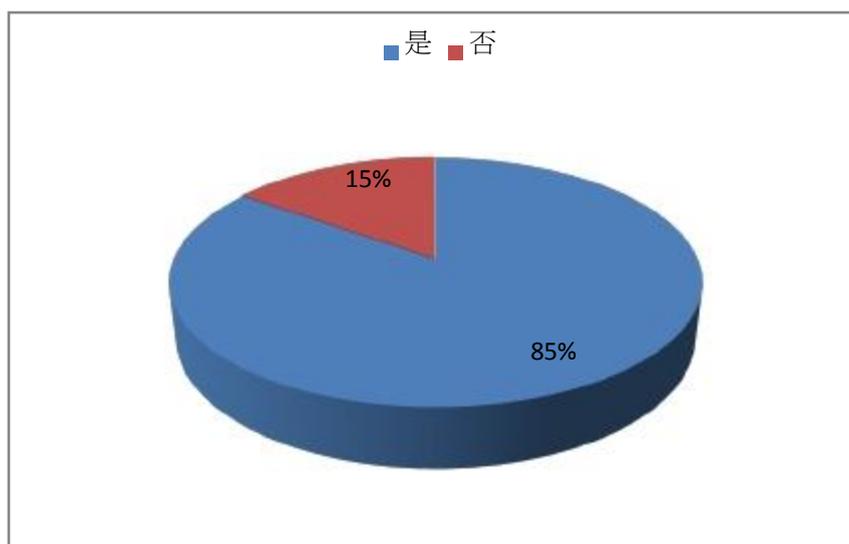


圖 1-是否逛過文創商店及展覽

由圖 1 可知來駁二的民眾有 85%除了參觀展覽也會前往文創商店購買或逛逛，只有少部分民眾會因為個人因素或沒有興趣等原因...而沒有前往。

2. 在文創商店中是否有消費

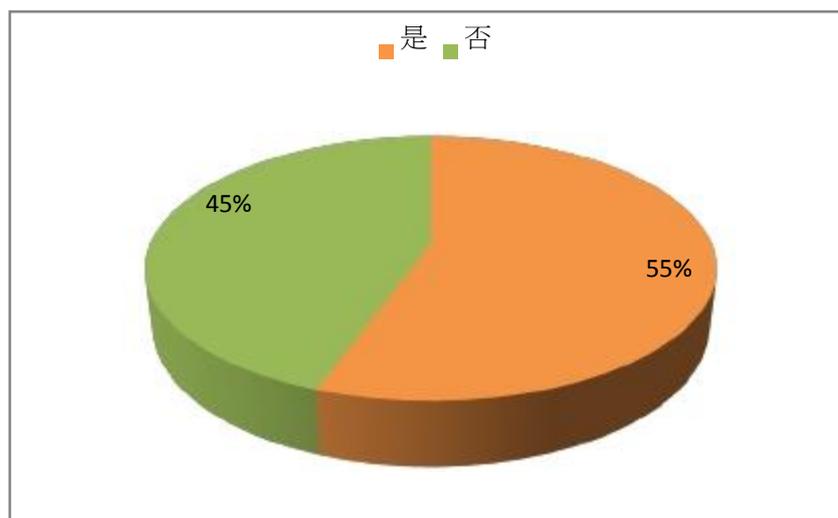


圖 2-在文創商店是否消費

由圖 2 可知有 55%的民眾會因為興趣或喜歡文創類的物品而在文創商店中消費，則 45%的民眾可能只會逛逛但不會去購買裡面的商品。

3. 遊客對駁二滿意度

由以下表 3 可知，遊客對於駁二滿意度平均值前三名分別是：舉辦地點有 4.45，推測因交通方便且風景優美；購票便利性有 4.38，因購票管道多元，以現場排隊以及網路訂購人數較多也結合超商 Ibion 系統；以及服務人員態度和整體的活動設計及安排都有 4.21 的平均值，本研究推論遊客對於展覽另有搭配表演活動與動線流暢度等均感到滿意，其中以非常滿意為多數。

表 1 遊客對駁二滿意度

項目	平均值	非常滿意 %	滿意 %	普通 %	不滿意 %	非常不滿意 %
舉辦地點	4.45	61	50	8	0	0
購票便利性	4.38	45	40	32	2	0
交通便利性	4.08	25	40	49	5	0
停車場規劃	3.71	33	45	39	2	0
內部動線	3.92	41	58	20	0	0
活動的宣傳及行銷	4.18	42	49	27	1	0
活動安全性	4.11	28	46	42	3	0
展覽門票費用	3.83	36	48	32	3	0
文創商店商品的陳列方式	3.98	30	39	40	8	2
文創商店的價位	3.73	34	59	24	2	0
環境的清潔衛生	4.05	34	59	24	2	0
服務人員態度	4.21	47	51	20	1	0
整體的活動設計及安排	4.21	45	54	20	0	0

(五)研究流程圖

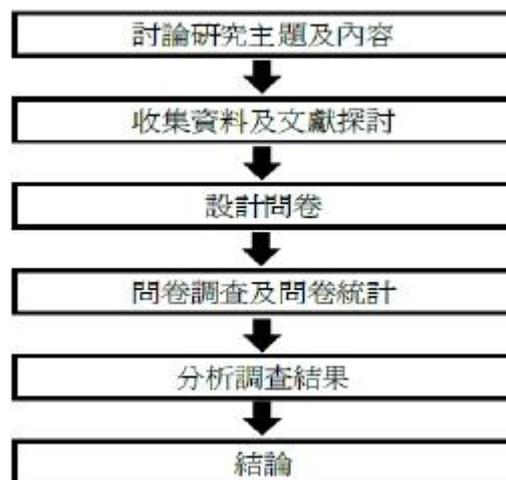


圖 3 研究流程圖

貳●正文

一、文創

(一)文創的定義

文化創意產業，顧名思義，為結合了文化及創意的產業。而對「文化」一詞有諸多不同的定義。「文化」一詞，廣義來說，泛指在一個社會中共同生活的人們，擁有相近的生活習慣、風俗民情，以及信仰等；狹義的來說，即是指「藝術」，是一種經由人們創造出來新型態的產物。不論就狹義或廣義的文化而言，「文化創意」即是在既有存在的文化中，加入每個國家、族群、個人等創意，賦予文化新的風貌與價值。根據前香港大學文化政策研究中心總監許焯權在《香港創意產業基線研究》中的定義，文化產業指：「一個經濟活動羣組，開拓和利用創意、技術及知識產權以生產並分配具有社會及文化意義的產品與服務，更可望成爲一個創造財富和就業的生產系統」。

根據文化創意產業推動服務網所公佈的定義，文化創意產業是指「源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業」。而香港政府則指文化及創意產業「涵蓋一組知識型活動，通過創意及以智力資本爲基本投入要素，而生產具文化、藝術和創意內容的產品和服務。」(2015, 維基百科)

(二)文創發展

香港「創意產業」的概念出現於 1990 年代末，藝發局在文化界討論的基礎上首次提及「創意產業」這個概念，引起傳媒的興趣及廣泛報導。2002年，香港貿易發展局發表第一份關於創意產業的報告。報告估計香港當時創業產業的產出約佔本地生產總值的 2%。2003年，香港特區政府中央政策組委託香港大學文化政策研究中心進行「香港創

意產業基線研究」。在該研究中，首次按照新的「創意產業」定義界定了香港的十一個行業為創意產業，同時指出2001年至2002年度香港創意產業的產出實佔本地生產總值的近4%，就業人數達170,011人。(2015,維基百科)

二、滿意度

(一)滿意度的定義

顧客滿意度 (CS, Customer Satisfaction)的觀念最早是由學 Cardozo(1965)提出，他認為顧客對於產品、服務的滿意度會增加再次購買的行為，而且會有其他的衍生行為。滿意度可由「心理層面」與「經濟層面」方面討論，從顧客「心理層面」探討，若顧客感受的「實際結果」較「事前預期」為佳，顧客就會產生滿意的感覺，反之則會感到不滿意 (Hampel, 1977)；從「經濟層面」探討，若顧客在購買時所花費的「時間成本」或「金錢成本」，能由使用產品或服務所獲得的「效益」得到補償，即得到滿意度的結果。然後影響其購買行為。

三、駁二

(一)駁二的沿革

「駁二」指的是第二號接駁碼頭，位於高雄港第三船渠內，建於1973年6月12日，這裡原為一般的港口倉庫。西元2000年的時候高雄市政府為了尋找國慶煙火施放的場所，在偶然間發現這個場地，遂決定開放成為藝術創作的實驗空間。由於當時倉庫年久失修，進駐的單位還針對舊建築物的狀態進行了空間及結構的各項整建工程，於西元2002年3月24日完工重新啓用。後來的痞子英雄的某些場景也都是選擇在這裡或是附近拍攝，如三聯會的臨海酒吧就是。

(二)園區規劃

駁二藝術特區由老倉庫改建而成，其主要結構分為四部分：有適用於大型展演的「駁二 P2 倉庫」，以及適合小型作品展覽用途的「C5 台糖倉庫」，還有專用於表演的「月光劇場」，以及作為社區市民休憩場所、藝術市集的「藝術廣場」。整體呈現後現代的設計風格，且為了讓藝術氣息能夠融入整個市民生活中，高雄駁二藝術特區也將不定期的展演藝文活動，提供藝術家一個創作發表的藝文展館。高雄駁二藝術特區現今並有許多2009年高雄世運會留下來的許多作品，例如：電音三太子、布袋戲等許多以台灣為意象的作品在這邊呈現。在駁二特區旁並有長長的自行車道，兩旁豎立著許多可愛的巨型公仔，騎乘其中並可遠望高雄85大樓，每逢假日都吸引許多遊客全家大小一同至此共享天倫之樂，是高雄旅遊的好去處。(2015,駁二藝術特區-文化部-地方文化館、台灣旅遊景點-台灣熱門旅遊景點美食)

【表 2】館內介紹

<p>P2 倉庫</p>	<p>P2 倉庫係指第二號接駁碼頭，位於高雄港第三船渠內，建於 1973 年 6 月 12 日，原為一般的港口倉庫，主要是作為存放魚粉之用。2000 年高雄市政府因尋找國慶煙火燃放場所，偶然發現這個具有實驗性的場域。但因倉庫年久失修，進駐單位便針對舊建物進行空間的整建工程，並於 2002 年 3 月 24 日完工。P2 倉庫總坪數約 480 坪，空間寬廣，使用規劃較為彈性，適合大型展演空間，過去大型活動也以 P2 倉庫為主場館，如：好漢玩字節、高雄設計節等。除了主要為展場功能外，過去也舉辦過戲劇表演、音樂演出等。</p>	<p>C3 倉庫 - 帕沙蒂娜駁二倉庫餐廳</p>	<p>C3 倉庫最早是作為存放白糖的物流倉庫。工業崛起時，倉庫空間由一面厚實的山牆均分，讓兩間五金業者分別進駐，負責拆解報廢船隻。2008 年，高雄市文化局接手營運並進行整修，倉庫回復成寬廣的展演空間，讓藝術創意盤繞上倉庫木樑。2012 年，C3 倉庫由帕沙蒂娜國際餐飲事業進駐營運，讓異國馨香在義大利烤窯中綻放、金黃啤酒上翻騰著雪白浪濤、老麵糰以緩慢的呼吸等候時間的發酵。讓人們體驗看似簡單，但回味無限的幸福生活。</p>
<p>月光劇場 - The Wall 駁二</p>	<p>駁二尚未成立前，一把無名火燒毀這棟倉庫的屋頂，皎潔的月光灑落在倉庫中，「月光劇場」於是誕生。在嘗試過戲劇、音樂等多種表演類型後，台灣獨立音樂在此扎根，2009 年 5 月「這牆音樂藝文展演空間 (The Wall)」進駐月光劇場，每星期固定的常態音樂活動，唱出更多屬於台灣年輕人的聲音，唱出更多屬於高雄在地樂團的創作。即便是小眾市場，但在信仰「Music can save your soul」的信念下，繼續奮力讓音樂穿透空氣表層，撼動內在靈魂。在黑暗之中，月光與音樂領著我們，找回夢想的初衷。</p>		

(資料來源: 駁二官網)

四、公共藝術品及展覽

(一)駁二最大咖

由高雄在地新秀藝術家李紀瑩所創作的「一起坐著，甚麼也不做」，我們號稱為駁

二最大咖。戴著大帽子的是「圈圈寶」，而身穿藍衣的是「太空寶」，他們怡然自得的態度和表情，以及作者從日常用品中擷取創作材料的方式，很符合駁二親近生活的氛圍。於是，月光劇場的屋簷成爲他們專屬座位，透過他們提醒每位到訪的朋友，停下急切的步伐，不用做什麼，只要細細享受生命中美好的片刻。(2015,駁二官方網站)

(二)車站

不用車票，沒有站務人員，永遠開放參觀，這裡是專屬駁二的車站，請跟著月台上那隻慵懶的花貓，進入駁二最奇幻的「異想視界」。藝術家蘇家賢創作的「車站壁畫」，利用位在駁二藝術特區裡的港務局單身宿舍寬 27 公尺，高 12 公尺的牆面，運用釘面透視原理，以遠近、陰影等技法，配合環境與燈光，模擬出三維空間效果，他花了一個半月的時間進行牆面彩繪，打造出左右分別停靠台鐵莒光號及自強號的車站月台。(2015,駁二官方網站)

(三)貨櫃藝術節

美麗的高雄港帶動了高雄的發展與繁榮，涵育出城市特別的海洋文化；貨櫃則承載著做爲國際城市的海洋動力與產業能量。以「可以居」爲主題，提供居住生活空間爲目的，想像高雄這座富涵多元文化的海洋城市，可以讓所有市民感受到「宜居的幸福」。滿足當代生活需求，更有人情溫暖令人感動。(2015,駁二官方網站)

(四)工人及漁婦

「工人及漁婦」表現出高雄工業都市及海洋城市的文化意涵，帶有線條張力，符合高雄帶給人們誠懇踏實的城市意象。正反兩面都是背部，「背影」純粹在極端地暗示「埋頭苦幹，默默耕耘」，甚至不怕被冠以沒沒無聞、無名小卒等頭銜，也傳達隱身於社會，沒沒無聞的無名小子，沒有人會注意其面貌，他們社會上的形象是鮮明的背影。(2015,駁二官方網站)

一、文創商店

(一)In our time

從外觀來看，In Our Time 好似一家單純賣飲料與冰淇淋等小點心的店，是來自室內設計師出身的張孝維先生，從步道咖啡、little green 酒館、半九十茶屋、Marsalis 酒吧之後。2013 年的最新力作，充分運用倉庫空間，綜合展演空間、電台食堂、藝文空間、以及現場互動式電台主播室，甚至還有書籍和文創商品展售，算是全台首創最特別的複合式餐廳。店內除了充滿許多極具巧思的生活商品，像是無毒的手工果醬，純木製的鬧鐘與餐具，個性 T-Shirt，可變換髮型的 memo 紙條等，還提供熱食與小點心，而最吸引人的是它的「公民電台」。往店內後頭走去，你會驚奇地發現一處廣大的開放空間，彷彿如議會廳般排滿了椅子與長桌，一座稍微高起的舞台在前方開展而出，上面簡單地放置了兩張沙發，而舞台旁則有一間寬敞的錄音室。其實，In Our Time 是一間標榜著「公民之聲」的電台食堂，並被定位成人民與政府直接討論實事的平台，從 2013 年營業至今已辦過一些議題性的討論會，像是前年時候才剛結束的「想想論壇—南方對談」，高雄市

長陳菊、立委蔡英文等都有出席此活動和民眾直接對談。而除了政治性質的討論會外，In Our Time 也會定期舉辦音樂會，邀請許多知名的樂團或表演者來此演出，讓民眾在關心國家議題的同時，來此聽聽音樂，放鬆心情，小酌一番。1F 餐廳的正面有時候店家會請人在沙發區主持網路電台節目訪問，右邊的投影會播放音樂的 MV，左邊就是電台播放室，會有 DJ 不定時地走進去，如果正在廣播的話，右上角的 ON AIR 紅燈會亮起。高雄市鼓山區蓬萊路 99 號 B10 倉庫，駁二藝術特區蓬萊 B10 倉庫一樓內用低消 120 元，二樓免費開放。(2015, 布丁。食。遊。記痞客邦 PIXNET)

(二) 本東倉庫商店

本東倉庫商店專門販售世界各國的文創商品，其中多為日常生活用品，像是圍裙、包包、湯匙、卡片等，在二樓則有提供手工筆記本製作的服務。除此之外，店內也供應小餐點與飲料，而其中最受歡迎的則是「一週冰淇淋快報」中的冰淇淋。本東倉庫每個禮拜都會提供一份新的冰淇淋菜單，每天供應的冰淇淋也有所不同，讓顧客每次來都能品嚐到不一樣的驚喜！除此之外，本東倉庫也會定期舉行展覽與活動，像是設計師們的創作展覽、鹽埕區畫作回憶展、十二夜包場看電影等，力行將文創產業與在地文化結合，讓一般民眾都能感受美好的創意生活。(2015, 高雄駁二藝術特區：特色文創店探險去！| 好去處 | Labsunion、布丁。食遊記痞客邦 PIXNET)

地址：高雄市鹽埕區光榮街 1 號 電話：07-5219587

參 ● 結論

結論與建議

一、結論

本小組根據研究目的，針對駁二藝術特區遊客做問卷調查，經問卷資料分析討論後，將結論與建議陳述如下：

大部分前往駁二的遊客以 20 多歲的年輕女性居多，居住地以南部多佔大部分，遊客群組以高中職為主，平均月收入不高，以 10,000 以下居多。

(一) 民眾對於駁二的滿意度前三名分別是：

舉辦地點：大多數民眾覺得交通方便且鄰近海港，不僅風景美，又有捷運可到。

購票便利性：大多數民眾選擇到現場排隊買票勝於在網路訂購，因同一時間大量民眾於網路訂購會造成網路壅塞問題，所以民眾會選擇到場排隊買票。

整體的活動設計及安排：受訪者大多數選擇老少咸宜的蠟筆小新特展，以這個特展為例，他們認為不管在內部動線上的動線安排、展覽設計及紀念品的部分，都深受他們喜愛。

(二) 由以上可知來駁二遊客選擇展覽時，雖然原因佔大多數是親友推薦，但因興趣來參展者也佔多數，代表大部分的遊客的確因喜愛文創而來駁二藝術特區。

二、SWOT 分析

SWOT 分別是優勢(Strength)、劣勢(Weakness)、機會(Opportunity)、威脅(Threat)四個英文字體的簡稱，對於駁二藝術特區 SWOT 分析表如下：

表 5 駁二之 SWOT 分析

Strengths(優勢)	Weaknesses(劣勢)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 鄰近捷運站，連接腳踏車步道，交通便利 ✓ 空間寬敞，公共藝術品多 ✓ 展覽多元，老少咸宜 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 停車場車位不足 ✓ 人行步道及腳踏車步道沒有明顯區分 ✓ 各展區指引標示不清楚
Opportunities(機會)	Threats(威脅)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 附近舉辦大型活動吸引人潮 ✓ 文創教育認知提升 ✓ 附近店家提供就業機會 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 與高雄市立美術館展覽類似 ✓ 其他文創藝術特區逐漸興起 ✓ 平日人潮較少，展覽大多只能辦在假日

三、建議

(一) 文創商店商品分類標示清楚

在文創商店中裡面的商品擺放的地方標示的並不清楚，讓人進去了之後要一項一項慢慢找，不懂也只能找服務人員，希望店內可以做一些標示版子掛在天花板上，或者牆上可以貼一些說明確告訴消費者商品擺放位置。

(二) 交通問題

駁二周遭雖然有捷運可以到達，但不是一下捷運走出口就可以到達園區，還要走一小段路，對於小孩子安全性和耐性，以及一些老年人就不是很方便，希望政府可以在周遭提供腳踏車租借，電動機車等等代步工具。

(三) 展場安全問題

希望館內人員可以多些說明讓遊客了解當遇到災害時可以如何處理，也可以在館內放些安全逃生器具。

(四) 展場門票費用

在每個展場費用大多是 250 元左右，對於學生可能會覺得價格偏貴，希望舉辦單位可以給多一些優惠，例如前幾位遊客可以折價多少元，或者一次買幾張票可以優待多少、送幾張等等優惠。

(五) 停車場不足

很多家庭會開車到駁二，但常常找不到車位可以停車，建議政府可以在周邊馬路劃一些收費停車格，或者在旁邊空地規劃開發變成停車場。

肆●引註資料

一、網路資料

- 文化創意產業-維基百科，於 2015 年 1 月 28 日取自：
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E6%96%87%E5%8C%96%E5%89%B5%E6%84%8F%E7%94%A2%E6%A5%AD>
- 文化部 地方文化館，於 2014 年取自：
http://superspace.moc.gov.tw/hall/local_culture_page.aspx?oid=b93a9b66-fe12-4e7f-892c-147f328aa5a6
- 台灣服務貿易商情網，於 2015 年 1 月 29 日取自：
http://www.taiwanservices.com.tw/org2/3/news_detail/zh_TW/32514/
- 知識分享呔台，於 2015 年 1 月 12 號取自：
<http://eshare.stust.edu.tw/View/83469>
- 帕莎蒂娜駁二倉庫餐廳官網，於 2014 年取自：
<http://www.pasadena.com.tw/c3/>
- 高雄市政府文化局，於 2014 年 12 月 30 日取自：
<http://www.khcc.gov.tw/media01.aspx?ID=53&IDK=1>
- 高雄旅遊網，於 2014 年 12 月 15 日取自：
<http://khh.travel/tw/default1.asp>
- 高雄市政府觀光局，於 2014 年 12 月 19 日取自：
<http://tourism.kcg.gov.tw/tw/default1.asp>
- 旅遊資訊王，於 2015 年取自：
<http://travel.network.com.tw/tourguide/point/showpage/104771.html>
- 駁二官方網站，於 2015 年 1 月 15 日取自：
<http://pier-2.khcc.gov.tw/content/about/about01.aspx>

二、書籍和期刊資料

- (一) 許玲齡 (2007) 諸神守護的鹽埕區。高雄市：文化愛河協會。
- (二) 鄭淑儀，(民國 96 年 8 月)，時尚高雄探險之旅(天下雜誌 378 期)。
- (三) 李宜君 (2004)。台灣的再生空間。台北市：遠足文化。