

鳳邑百年文化饗宴-文化公車鳳山線滿意度調查

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

鳳邑百年文化饗宴
-文化公車鳳山線滿意度調查

作者：

王逸楓。私立樹德家商。高三 18 班
許雅涵。私立樹德家商。高三 18 班
藍哲紘。私立樹德家商。高三 18 班

指導老師：

陳姿靜老師

壹●前言

一、研究背景

隨著台灣政治經濟環境轉型，更多的人注重生活品質的提升，連休閒與追求兼具文化知識性，文化休閒理念，加上周休二日政策的實施，造成「文化觀光」開始興盛。文建會於 1995 年提出「產業文化化、文化產業化」，成為各鄉鎮振興經濟的目標，「產業文化化」在產品中，展現個性化、特色化、與品質化，將地方產業以地方特有文化特色，加入包裝銷售，提升產品價值。「文化產業化」並不侷限本身之價值。產業中結合文化與科技之琉璃工坊及奧圖碼獲利均創下了新高，亦將產品推廣至世界各地（商業週刊，2012），霹靂國際、誠品生活、華研國際唱片更登上股市，成為文創類股（黃亞琪，2013；洪綾襄，2014）。

二、研究動機

文化創意是將一個傳統的文化透過巧思加以修飾包裝後以商品的模式對外行銷，在打入市場後才會引起人們前往一探究竟；觀光則是依靠著地方所擁有的獨特景致、人文風情、小吃等吸引遊客前來。如何將這兩種模式結合在一起，可以說是一項獨特的挑戰，有人會說這不算挑戰那是因為在文創商品暢銷以前那個文化所在區域就是知名的觀光景點了，如何將一個鮮為人知的文化透過文創和觀光結合，這才是文創觀光需面臨的挑戰。

高雄市政府推出了文化公車，除了鼓舞民眾多加使用大眾工具進行觀光休閒活動，公車行駛路途也經過幾個文創空間或熱門景點，本研究小組選擇鳳山線作為本次主題，藉以探討文化公車體驗結果。

三、研究目的

本研究小組茲以鳳儀書院所欲達成之研究目的的敘述如下：

(一)探討遊客對於文化公車-鳳山線體驗後之滿意度？

(二)探討遊客對於文化公車-鳳山線行經景點之滿意度？

四、研究流程

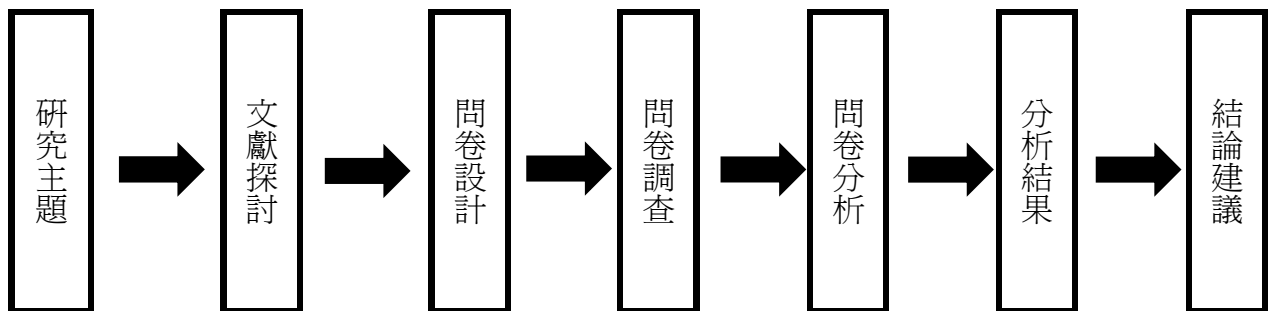


圖 1-1 研究流程

貳●正文

一、文獻探討

(一) 文創觀光

文化創意產業 (Cultural and Creative Industry)，中文詞彙最早由行政院於 2002 年 5 月，依據「挑戰 2008：國家發展重點計畫」內的「發展文化創意產業計畫」所確定。關於文化產業，許多學者曾提出較廣義的定義，例如在《文化產業》(Cultural Industries) 一書作者 David Hesmondhalgh 認為：「文化產業的主要特點於創造與流通本文。以文本為文化產業特質的核心在於它能影響我們對世界看法。觀察文本以何種形式、方式來傳播、什麼樣的企業組織來發行、外在的法律市場環境等等，皆是研究文化產業的重要課題。核心的文化產業包括了：廣告行銷、大眾傳播、影像產業、網路產業、音樂產業、印刷出版與 Video 和電腦遊戲。」文化創意產業，顧名思義，為結合了文化及創意的產業。

(二) 滿意度

滿意度定義經常是各學術研究單位用來測量人們對產品、工作、生活品質或戶外遊憩品質等看法、認知、表現的工具，是一項非常實用的衡量指標 (林晏州、陳惠美、顏家芝，1998)。

二、文化公車線

高雄文化公車目前分有以下線別：

(一) 哈瑪星線

哈瑪星是由日文的「濱線」(Hamasen)轉音而來，指的是濱海的鐵路幹線。原本只是海埔地的哈瑪星，在二十世紀初期，日人從此地沿著壽山麓，建築打狗(高雄)至台南這段鐵路。經過高雄市府積極的推動舊街區改造，為古蹟保存活化作努力後，哈瑪星這些曾在舊時光裡各具特色的歷史建物、珍貴文化資產，開始它們於新世代的意義。

(二) 舊城線

亦今亦古的的亭台樓閣、巨大的神像，和孔廟萬仞宮牆的肅靜形成強烈對比，在左營這個擁有三百年發展歷史的古城裡，繁複的街道巷弄收藏著磚牆片瓦砌成的古厝和幽居的素樸生活，而城牆裡外，人們從雜沓生活中衍生出多樣的美食和傳統市集，映照著左營多采多姿的人文風貌。1949 政府遷台後，左營仍然吸納了大批的軍眷移民以及持續的軍事建置，包括左營的軍港，全國規模最大的海軍眷村，都使左營的「軍事」色彩歷久不褪。

(三) 鳳山線

位於高雄市西南端的鳳山區是高雄市人口最多的行政區之一，工商業發達，生活機能便給。建城三百年以來，深厚的歷史底蘊和常民文化的軌跡，盡在鳳山區的古蹟、巷弄與市集中持續的發酵。在歷史演化中，鳳山曾經是臺南府城以南最繁華的縣城，也是南臺灣最為重要的古邑。「鳳儀書院」代表當年的文風鼎盛，砲臺遺蹟顯示當年軍事、政經地位，轄境內「曹公圳」渠道密佈，更奠定鳳山富庶繁榮的基礎。

三、鳳山線介紹

第一站、大東文化藝術中心

為讓民眾更瞭解鳳山，更在大東文化藝術中心行政管理棟開設歷史教室，內部提供雙城、打鐵街及鳳山美食意象展，並展出曹公圳與曹公廟的關係，另外更製播影片，介紹文化公車及鳳山特色。另有諮詢人員與導覽人員提供服務，讓民眾透過視覺、聲音的展示更瞭解鳳山。



圖 2-1 大東文化藝術中心

第二站、鳳儀書院

位於鳳明街城隍廟旁的鳳儀書院創建於清朝嘉慶 19 年（1814），由知縣吳性誠發動紳民捐建，有別於官學，是另一種民間興辦學校的場所，鳳山基督長老教會：鳳山基督長老教會是清末由馬雅各醫生派其助手吳文水及黃嘉智創立，經過多次改建為目前所見的英式風格教堂，已成為知名的婚紗攝影景點。教會外的中正路為北門之舊址所在。



圖 2-2 鳳儀書院

第三站、鳳山火車站

鳳山火車站係日治時期為軍事需要及運輸農產品於 1906 年設站，經歷數次改建，現在的樣貌是在 1990 年改建，目前已納入高雄鐵路地下化工程中，預計 2017 年完工，車站及周邊環境又將展現全新面貌。車站外可以看到整治後的護城河外濠溝。



圖 2-3 鳳山火車站

第四站、平成砲台

曹公廟正後方的平成砲臺，形制為方形，牆面嵌有「平成」花崗石匾額。當初守護城池的氣勢仍依稀感受得到。鳳山縣民因感佩曹謹功績，遂於鳳儀書院建祠，1900 年臺灣總督兒玉源太郎出巡鳳山時捐資募款遷建至現址，1992 年升格為曹公廟。迄今曹公圳仍是高雄地區最主要的灌渠，影響久遠。鳳山新城之護城河為曹公圳的一部份，現在僅存火車站前之外濠溝，內濠溝則僅存經過平成、澄瀾砲臺之一段及訓風砲臺旁之部分。



圖 2-4 曹公圳



圖 2-5 平成砲台

第五站、澄瀾砲台

鳳山縣新城原有城門六座、砲臺六座，現僅存一座城門（東便門）與三座砲臺（澄瀾、平成、訓風），目前皆為市定古蹟「鳳山縣城殘蹟」。澄瀾砲臺位於鳳山國小後方，位屬縣城西南隅，牆體為咾咕石，為不規則八角形的砲臺，砲臺兩側翼牆還可以清楚看到數個供長槍射擊的「銃孔」。



圖 2-6 澄瀾砲臺

第六站、兵仔市

鳳山區第一公有市場俗稱「兵仔市」，因早年為高屏地區軍事營區的伙食採購集中在此而得名，也因為商機熱絡而成為鳳山區「地王」，至今周遭的街道仍聚集許多好吃的傳統美味。



圖 2-7 兵仔市

第七站、鳳山龍山寺

鳳山龍山寺已有 200 多年歷史，現為國定古蹟。雖然經歷幾度的重建整修，但仍保存了豐富完整的傳統寺廟建築樣貌。三川殿、拜亭及正殿仍呈現原有形貌，寺內的泥塑、剪黏與木雕以精緻著稱，也展現了臺灣傳統寺廟之美，極具藝術價值。

訓風砲臺：位在龍山寺右側後方的訓風砲臺，鎮守著鳳山溪往前鎮河出海口的要衝。戰略形勢非常之重要。橫額「訓風」嵌在花崗石牆內，左右則是用書卷造型裝飾。東便門：東便門現仍供通行，門外原有一座東福橋，雖遭沖毀，但已將橋墩移至鳳山溪旁，並新建東福橋。



圖 2-8 龍山寺



圖 2-9 訓風砲臺

參●結論建議

一、結論

茲就分析結果提出以下結論：

(一) 遊客基本資料

1. 本次受訪者旅客之性別，以女性居多(62%)
2. 本次受訪者旅客之年齡，以 20 歲以下居多(51%)
3. 本次受訪者旅客教育程度，以大學程度居多 (46%)
4. 本次受訪者旅客之職業，以學生居多(56%)
5. 本次受訪者旅客之居住地，以南部居多 (71%)

(二) 旅遊特性

1. 本次受訪者旅客之同行旅客，以朋友居多 (29%)
2. 本次受訪者旅客，以其他資訊來源居多 (30%)
3. 本次受訪者旅客搭乘高雄文化公車次數，以 1~3 次居多 (78%)
4. 本次受訪者旅客搭乘高雄文化公車次數，以 1~3 次居多 (83%)

(三) 對鳳山線文化公車及各站滿意度/重遊意願調查

1. 本次受訪者旅客對於路線規劃之方便性，以同意居多 (43%)
2. 本次受訪者旅客對於公車內環境感到舒適，以同意居多 (42%)
3. 本次受訪者旅客對於車上導覽解說感到清楚明瞭，以普通居多 (40%)
4. 本次受訪者旅客對於大東文化藝術中心外觀建築感到新穎，以非常同意與同意居多 (37%)

- 5.本次受訪者旅客對於文化公車可到大東文化藝術中心之便利性，以同意居多（48%）
- 6.本次受訪者旅客對於大東文化藝術中心整體休閒價值，以不同意居多（40%）
- 7.本次受訪者旅客對於鳳儀書院在文化之保存工作完善性，以同意居多（45%）
- 8.本次受訪者旅客對於文化公車可到鳳儀書院之便利性，以同意居多（42%）
- 9.本次受訪者旅客認為鳳儀書院為高雄具文創觀光之景點，以非常同意居多（40%）
- 10.本次受訪者旅客對於鳳儀書院之票價合理性，以普通居多（42%）
- 11.本次受訪者旅客對於該砲台是當地本土教育最佳去處，以同意居多（47%）
- 12.本次受訪者旅客對於本歷史古蹟保存之完整性，以同意居多（40%）
- 13.本次受訪者旅客對於文化公車路線經該景點具有交通便利性，以同意居多（54%）
- 14.本次受訪者旅客對於本景點是鳳山在地具有人氣的宗教聖地，以同意居多（40%）
- 15.本次受訪者旅客對於文化公車行經龍山寺具有交通之便利性，以同意居多（49%）
- 16.本次受訪者旅客對於龍山寺歷史古蹟保存之完整性，以同意居多（41%）
- 17.本次受訪者旅客對於本人親自再度搭乘此路線及各站遊玩，以同意居多（44%）
- 18.本次受訪者旅客對於推薦親朋好友搭乘此路線及各站遊玩，以同意居多（42%）
- 19.本次受訪者旅客對於發展文化觀光可促進我國的觀光旅遊事業，以同意居多（48%）
- 20.本次受訪者旅客對於發展文化觀光能升我國國際知名度與形象，以同意居多（50%）
- 21.本次受訪者旅客對於文化觀光可充實國人精神生活，以同意居多（46%）
- 22.本次受訪者旅客對於發展文化觀光可提升國人對本土文化認知，以同意居多（47%）
- 23.本次受訪者旅客對於發展文化觀光可提升城市活力，以同意居多（44%）
- 24.本次受訪者旅客對於地區文化觀光發展可凝聚向心力及團結力量，以同意居多（45%）
- 25.本次受訪者旅客對於主動關心並適當參與相關文化觀光活動，以同意居多（43%）
- 26.本次受訪者旅客對於發展文化觀光可以改善地方景觀，以同意居多（47%）

27.本次受訪者旅客對於發展文化觀光可以改善基礎設施，以同意居多
(46%)

28.本次受訪者旅客對於此發展會因遊客太多造成地方過度擁擠，以同意居多
(42%)

二、建議

茲就分析結果提出以下建議：

(一) 有 6%受訪者對於此路線安排行程為非常不同意

原因：各個景點距離太近，等車時間過長，步行亦可到達，無須花時間於等公車上。

建議：1.公車班次增加
2.多增加幾個景點
3.公車各班次之間時間縮短

(二) 有 6%受訪者對於本人親自再度搭乘此路線及各站遊玩感到非常不同意

原因：無任何新奇的景點

建議：1.多增設觀光景點
2.增加各景點的趣味性
3.各景點能都有專門介紹的解說人員

(三) 有 7%受訪者對於推薦親朋好友搭乘此路線及各站遊玩感到非常不同意

原因：景點雖具有文創意義，但不易留下深刻印象

建議：1.建議能舉辦一些有關景點的特別活動
2.多串聯其他景點，組合成主題行程
3.各景點能都有專門介紹的解說人員

肆●引註資料

(一) 胡雁婷 (2009) 次文化創意產品的設計——以台灣網路文化創意產品為例。

國立雲林科技大學設計運算研究所碩士班碩士論文。

(二) 張意雲 (2012) 花蓮市居民對文化創意產業態度之研究——以花蓮文化產業創

意園區為例。國立東華大學臺灣文化學系碩士在職專班論文。

(三) 柯雅婷 (2012) 文化創意產業園區行銷策略之研究——以國立台灣藝術大學文

化創意產學園區為例。國立台灣藝術大學書畫藝術學系造型藝術碩士班碩士。