

**出國報告 (出國類別：國際會議)**

## **2012 海峽兩岸旅遊觀光研討會**

**服務機關：國立暨南國際大學**

**休閒學與觀光管理學系**

**姓名職稱：鄭健雄 教授**

**楊明青 教授**

**曾喜鵬 助理教授 (代表人)**

**派赴國家：中國大陸 北京**

**出國期間：2012 年 8 月 26 日至 8 月 29 日**

**報告日期：2013 年 4 月 30 日**

## 摘要

隨著兩岸週末包機開通、大陸居民赴臺團隊旅遊、大陸居民赴臺自助遊的相繼開放，兩岸旅遊合作關係已邁入一個嶄新的時代。為了順應形勢的發展，2008年10月本校與北京第二外國語學院、廈門大學、高雄餐旅大學合作辦理了「兩岸觀光旅遊學術研討會」，並於2008年10月由北二外舉辦首屆會議，往後由四個學校輪流舉辦，2012年8月在北京舉行，以旅遊促進文化繁榮與發展為主題，旨在持續兩岸學術交流，期望針對全球日新月異的觀光環境，以前瞻性的眼光與思維，通過學術論文的發表與學界業界專家專題論壇平臺，探討共同關注的旅遊觀光產業發展的重大問題，推動兩岸旅遊、休閒遊憩與觀光餐旅等相關領域的學術單位、政府部門、產業界等專家研究成果與專業技術的進一步交流與合作，共同創造旅遊觀光新紀元。

本研討會特色在於四個學校共同主辦，並有研究生論文發表與優秀碩士論文獎的頒發，本次會議共計有來自兩岸共計產官學專家學者約100人、研究生約100人參加，為兩岸觀光旅遊學術交流奠定了良好的基礎。

## 目次

一、背景與目的.....	1
二、參與會議經過.....	1
三、心得與建議.....	10

### 【附錄】

附錄一 參與證書.....	12
附錄二 研討會發表之文章內容.....	14
附錄三 研討會發表之照片紀錄.....	25

## 一、背景與目的

隨著兩岸週末包機開通、大陸居民赴臺團隊旅遊、大陸居民赴臺自助遊的相繼開放，兩岸旅遊合作關係已邁入一個嶄新的時代。為了順應形勢的發展，2008年10月、2010年7月、2011年8月已聯合大陸與臺灣學術界、產業界於北京第二外國語學院、廈門大學、臺灣高雄餐旅大學成功舉辦三屆研討會，為兩岸觀光旅遊學術交流奠定了良好的基礎，在海峽兩岸產生了積極的影響。

2012年研討會以旅遊促進文化繁榮與發展為主題，旨在持續兩岸學術交流，期針對全球日新月異的觀光環境，以前瞻性的眼光與思維，通過學術論文的發表與學界業界專家專題論壇平臺，探討共同關注的旅遊觀光產業發展的重大問題，推動兩岸旅遊、休閒遊憩與觀光餐旅等相關領域的學術單位、政府部門、產業界等專家研究成果與專業技術的進一步交流與合作，共同創造旅遊觀光新紀元。

## 二、參與會議經過

### (一)辦理單位

主辦單位：北京第二外國語學院 (大陸)、廈門大學 (大陸)、國立高雄餐旅大學 (臺灣)、國立暨南國際大學 (臺灣)、中國旅遊教育分會 (大陸)、中華觀光管理學會 (臺灣)、全國旅遊職業教育教學指導委員會 (大陸)

指導單位：北京市旅遊委員會、北京市哲學社會科學規劃辦公室

協辦單位：北京第二外國語學院旅遊管理學院、北京旅遊發展研究基地、中國海峽旅行社

### (二)會議安排

研討會時間：2012 年8月26日至8月28日 (星期日~星期二)

2012年8月29日 (星期三) 回程

研討會地點：北京第二外國語學院

參加代表：海峽兩岸旅遊觀光、休閒與餐旅院校教師和研究生、研究機構、旅遊觀光產業、政府等機構人員

參與者：產官學專家約100人、研究生約100人(專設論文獎勵辦法)；其中臺灣代表約100 人

### (三)會議議程

活動時間		活動內容	地點
第1天 8/26	12:00-18:00	啟程 (由桃園出發到北京)	-
	18:00-20:00	抵達 (報到領資料)、晚宴	-
第2天 8/27	09:00-09:45	會議開幕式	蟹島三點鐘會議室
	09:45-10:00	留影合照、茶敘	
	10:10-12:15	主題演講	
	12:15-13:15	午餐	蟹島三點鐘自助餐廳
	13:30-16:30	分組研討	蟹島會議樓
	17:30-18:30	閉幕式及頒獎典禮	蟹島三點鐘船北餐廳
	18:30-20:00	晚宴	
第3天 8/28	08:00-12:00	主辦單位安排參訪活動	北京
	12:00-14:00	午餐	
	14:00-18:00	主辦單位安排參訪活動	
第4天 8/29	10:00-17:00	回程	-

### (四)分組論文發表參與過程

論文發表為本研討會最核心的活動，依主辦單位安排，分為教師學者與研究生競賽兩大部分，考量能吸取最多的新知經驗，本次參與的三位老師各選擇一個教師論壇場次聆聽，所帶領兩學生則聆聽研究生板塊的E主題。茲將各論文主題發表的經過、主要內容、互動過程、與所吸收的相關新知經驗說明如下。

## 1、A主題-兩岸旅遊觀光市場發展

本主題文章發表共8篇，分上下半場兩場次舉行，其中臺灣6篇，大陸2篇，茲將本主題發表過程重點摘述如下：

本場次上半場由北京第二外國語學院歷新建教授開場主持，由國立臺中教育大學吳忠宏教授首先發表《長泳活動參與者之自我效能與認真性休閒間之關係探討》，內容基於為擴增遊泳人口，臺灣教育部(2010)推行「泳起來！項目」政策，期許以此領航，研究即以世界規模最大長泳活動(青輔會，2010)，2011泳渡日月潭活動參與者為研究對象，結果顯示自我效能對於認真性休閒有顯著相關性與預測能力。

第二位為澎湖科技大學觀光休閒系李明儒教授進行《澎湖推動漁村觀光其遊客意象之研究—以旅遊動機、知覺價值、滿意度與重遊意願為變項》，內容探討近年澎湖縣政府推動各類結合漁村文化與體驗觀光成效，以「動機→消費者行為→意圖」為架構和上述題目中之各變項研究遊客意向，發現21至30歲、已婚居於北部和大學學歷居多，變項間結構驗證除推力對滿意度無正向相關，其餘諸如參與者的推力對拉力、推力對知覺價值、拉力對滿意度、拉力對重遊意願、知覺價值對重遊意願、滿意度對重遊意願皆有正向影響。

第三位由來自大陸首都經貿大學張祖群副教授發表《基於文化與科技融合的北京文化產業路徑研究》，其以北京文化產業為整體思考，融合文化與科技之文化創意產業、遺產科技保護、智慧旅遊等三個研究路徑進行實證研究，並認為其主要三路徑外興許有更多方向。

上半場最後由大葉大學李俊憲助理教授進行其《為什麼我不敢一個人去旅行？女性海外自助旅行進入阻礙之因素初探》說明，內容探討臺中、彰化地區參與旅遊卻不曾自助旅行之女性，自助旅行風險知覺、旅遊經驗、進入阻礙與從事意願之關係，以30至41歲、未婚、大學學歷及月收入10,001-30,000元為主填答對象觀察，人口背景變項之於自助旅行進入阻礙與風險知覺皆有顯著差異，且發現結構阻礙、個人阻礙、旅遊國家範圍越低而定期旅遊越高，自助旅行從事意願也越高。

下半場另由來自東海大學景觀學系侯錦雄教授主持，大葉大學休閒事業管理學系陳信泰教授首先發表《香客對廟宇環境滿意度之影響

因素探討—以臺灣南鯤鯓代天府為例》，由於環境質量深刻影響遊客體驗，此研究以南鯤鯓代天府香客為對象，問卷方式研究對於園區內環境之滿意度，發現整體評分偏低，尤以攤販管理、環境整潔最嚴重，令訪問觀察結果顯示缺乏人力與管理係為主因。

第二位為大同技術學院觀光與休閒事業管理學系鍾任榮助理教授發表《導遊人員特質與工作壓力、專業能力關係之研究》，仍以團體旅遊行事為主的大陸觀光客，導遊角色關鍵，針對臺灣華語導遊特質與工作壓力、專業能力關係研究發現，一是年資多兩年內，中年為主，特約佔九成；二是解說之事不足；三是於工作壓力構面上以旅客壓力相對最高；四是年齡不影響專業，但年輕者有較高工作壓力；五為檢定顯示專業能力提升能有效降低工作壓力。

再來第三位由大陸濟南職業學院旅遊管理系曾招喜副教授發表《基於低碳理念的大梁子湖流域開發研究》，探討近年倡導的低碳旅遊於大梁子湖環境規劃的應用，研究了解緊湊行功能混和小區將能有效降低碳排放，令綠色交通、低耗能配套設施及旅遊者導引等點線面安排因可作為他處旅遊地開發參考。

本主題最後由景文科技大學觀光與餐旅管理研究所顏建賢副教授發表《銀髮族參與遊覽車招攬旅遊之動機、滿意度與再參與役院之研究—以嘉義地區為例》，此研究以嘉義地區參與遊覽車參與招攬旅遊之銀髮族為對象，結果顯示「旅遊動機」對「旅遊滿意度」和「再參與意願」，以及「旅遊滿意度」對「再參與意願」皆有顯著影響。

## 2、B主題-酒店餐飲經營與管理

本主題文章發表共8篇，分上下半場兩場次舉行，其中臺灣4篇，大陸4篇，茲將本主題發表過程重點摘述如下：

本場次上半場由北京第二外國語學院王俞講師主持，暨南大學休閒學與觀光管理學系鄭健雄教授首先發表《服務科學與餐旅管理學科的跨領域整合》，內容強調現今餐旅管理學科的成熟和服務科學加值的重要性，並將此兩門跨域整合，期許以服務科學觀點，導入管理科學、統計、實驗設計、創意、服務價值與創新、科技管理等專業，促進餐旅產業創新發展。

接著由高雄餐旅大學休閒暨遊憩管理系陳永賓助理教授發表《建構主題餐廳體驗營、品牌形象與顧客行為意圖之關係研究》，內容探討主題餐廳跟隨體驗經濟時代來臨，其間體驗營銷、品牌形象與顧客行為意圖之關係，研究以「薰衣草森林」顧客為對象，以Schmitt(1999)提出的感官、情感、思考、行動與關聯體驗作為體驗策略模塊構面，並將品牌形象分為象徵性與體驗性，顧客行為意圖則分為向他人推薦意願、再購意願級願意停留時間，結果驗證體驗營銷品牌形象與顧客行為意圖之間具有顯著正向影響。

第三為則由東海大學餐旅管理學系朱慧玲副教授發表《臺灣綠色民宿發展現狀與趨勢》，探討日月潭地區民宿經營業者於「綠色民宿」執行程度、面臨障礙對於經營的行為意圖影響，結果發現該地業者皆持正向態度，但限於民宿營運規模，多僅能採消極綠色措施，再計劃行為理論中最能預測上述意圖者為行為控制知覺，並提出多項推動配套措施和民宿法建議。。

下半場為高雄餐旅大學旅運管理系陳敦基教授主持，首先由靜宜大學觀光系吳政和副教授談論《旅館業者參與環保旅館認證之研究》，以旅館業者觀點探討環保署「環保旅館查核標準」與觀光局星級評鑑「綠建築環保設施標準」，並歸納文獻研究獲取結論如下，一為環保旅館認證標準包含旅館環境管理、節約能源、環保採購、一次性與廢棄物減量、垃圾、資源與危害物質管理、消費者溝通與業者思維等七構面，二為高階主管環保認同與企業責任，三為國內外環保旅館評鑑指標與內涵，並認為五星級與新設旅館應率先投入，再積極輔導拓點等。

最終分別由北京第二外國語學萬中瑞酒店管理學院付鋼業副教授向在場說明《中國飯店行業職業培訓概況介紹》，以及北京華瑞易得酒店管理顧問公司王強總裁談論《中國酒店業人才發展戰略與趨勢》。

### 3、C主題-會展與旅遊教育

本主題文章發表共8篇，分上下半場兩場次舉行，其中臺灣1篇，大陸7篇，茲將本主題發表過程重點摘述如下：



本主題上半場由北京第二外國語學院許忠偉副教授主持，來自臺灣的嘉義大學觀光休閒管理研究所副教授鄭天明首先發表《兩岸遊輪港市旅遊意象研究》，以2011年2月間航行麻六甲及臺灣海峽之國際郵輪作為研究範圍，針對港埠城市旅遊意象及競爭力差異性探討，發現遊輪旅客依重要程度排序前三為「便利交通建設」、「豐富地道美食」及「充足基礎設施」，而對於兩岸三地港埠城市旅遊意象，旅客認為上海擁較豐厚人文歷史景觀，香港擁較現代化都市商業景觀和基礎設施與便利交通建設，臺北（基隆）則擁較熱情友善人民及豐富地道美食。

第二位發表人為北京聯合大學旅遊學院旅遊經濟系副教授王春才，探討《會展專業實踐教學體系建設問題》。第三位由中國經濟網會展中國主編周宇寧說明《國家重點新聞網站對會展業的傳播》。第四位為北京聯合大學旅遊學院會展教研事主任庾為發表《北京市會展業發展現狀與趨勢》。下半場內容主要研討會展人才培養問題，由東華大學觀光暨休閒遊憩學系吳宗琮教授主持，首都師範大學科德學院會展系孫雅坤首先發表《對高校會展教育應用型人才培養模式的探索與實踐》。第二位為北京農學院會展教研室主任董君發表《農業觀光園區的設計》。第三位同為來自北京農學院的會展專業負責人仲欣發表《會展專業課程設置與人才培養模式》。最後由北京壹度創意營銷策畫中心總經理于基隆發表《會展實用型人才培養問題研究》。

#### **4、E主題-旅遊與文化：融合與提升（研究生場次）**

本場次為研究生競賽場次，文章發表共9篇，分上下半場兩場次舉行，其中臺灣4篇，大陸5篇，本校有一位大學部同學郭姿吟進行論文發表，茲將本主題發表過程重點摘述如下：

此主題上半場由北京第二外國語學院旅遊管理學院馬君開場主持，中國文化大學觀光休閒事業管理研究所黃瑋琪同學發表《臺灣觀光產業執行美學勞務之研究》，美學勞務為新興崛起研究領域，於觀光產業管理中更形重要，研究訪談15位相關職業人員，分別從「雇主對員工之招募與遴選」、「雇主/員工對員工之訓練與管理」及「員工對顧客之工作實務與服務接觸」三構面探討，歸納出組織會尋找美學特質員工，並借提供美學訓練，實施制服與服裝規定以及執行外表管理，確保展現組織美學與傳遞形象。

第二位由北京第二外國語學院旅遊管理學院吳琮瑤同學發表《中國遺產旅遊管理體制：歷史進程與改革方向》，內容鑒於遺產地管理議題高漲，從管理主體、經營模式和發率體系三方面整理中國遺產旅遊管理體制階段，並探討未來改革方向。

第三位再由來自臺灣的中國文化大學觀光休閒事業管理研究所陳致安同學發表《領隊顧客導向與銷售導向對顧客結果之影響：兼論團型屬性之干擾》，領隊不可否認為團體套裝旅遊的核心要素，此研究以服務品質、顧客滿意度及顧客忠誠度作為顧客結果變數，探討顧客導向與銷售導向兩種服務策略與顧客結果關係，並觀察旅行團屬性「購物團」與「非購物團」於其間之干擾角色，結果顯示領隊採取銷售導向的服務策略頗能迎合購物團旅客喜好，非購物團則僅與顧客導向對顧客結果呈正向影響。

第四位是由北京第二外國語學院旅遊管理學院余繁華發表《基於GAP分析的自然遺產地保護管理效率評析》，自然遺產地旅遊資源因其不可替代性，保護管理重要性不言而喻，此研究透過GAP技術和近八年資料迭加分析，發現保護區保護水準除京九鐵路沿線以外基本由西北向東南遞減，管理和投資效率一直停留在較低水準，且很不穩定，由其內蒙古、新江、青海、西藏、安徽、福建、海南等多省急待提高管理和投資水準。

第五位為東海大學景觀學系研究生曾晟修同學發表《應用福特克序列於日月潭國家風景區觀光空間之景觀設計》，觀光空間管理要能配合消費者旅遊觀念的多元轉變與偏好實為不易，此研究內容依Torres(2002)的「觀光福特克序列」建立量表，研究日月潭遊客對其風景區內42景點偏好選擇和作空間分析，結果得出「綠色旅遊」、「文化探索」、「仰賴業者」、「追求享樂」、「成群結伴」、「自我實現」等六因數構面，以及獲得「群體享樂型」、「自我享樂型」、「自我綠色型」、「產品依賴型」等四種遊客群體，並建議打造產品創新、大眾文化和綠色活動三種旅遊市場。

下半場另由亞洲大學經營管理研究所周石恩主持，北京第二外國語學院旅遊管理學院馬君首先發表《互聯網在酒店用途的探索性研究

一以滬、杭酒店為例》，互聯網的應用已近乎無遠弗屆，基於龐大市場，中國大陸近年更是火熱，然此研究以滬、杭兩大較為先進和旅遊發達的城市為對象，卻發現多數酒店卻仍只銷不營，因此建議推廣網站及利用協力廠商服務平台，創造消費者線上溝通等建議。

第二位為國立高雄餐旅大學旅遊管理研究所庄中銘發表《臺灣墾丁地區民宿發展與遊客住宿滿意度之研究》，其透過文獻探討與問卷調查研究墾丁地區民宿發展類型、遊客滿意度與在宿意願，得出墾丁民宿八大類型，服務需求滿意度最受重視，經營特色以年齡21至29歲及已婚者顯著大於對應他群，以及墾丁地區遊客對當地民宿再宿與推薦皆很高。第三位為北京第二外國語學院旅遊管理學院龐靈玉發表《基於IPA分析方法的星級酒店服務質量的顧客期望、顧客感受與管理者認知的差異比較》，內容點出服務品質取決於顧客期望和實際感知的關係，為研究其中失敗原因，以同一家酒店集團下轄十二家酒店為調查對象，顧客滿意度問卷與管理者問卷比約3.5:1，並加以訪談，多相比較分析得出顧客與管理者雙方期望和感知落差結果。

最後由本校郭姿吟同學發表《民宿讓旅遊地加值？民宿與旅遊地品牌權益關係之研究》(內容詳附錄二)，品牌權益為各旅遊地管理者公認視為最有效策略，內容難得將民宿經營與旅遊地品牌權益連結，本研究選取臺灣民宿數量較多、知名度較高、且彼此具有不同旅遊型態之清境地區與古坑地區進行問卷調查，以描述性統計與相關分析，結果顯示民宿與旅遊地品牌權益呈顯著正相關，且「知覺品質」相關程度最高。

## (五)本校發表論文摘要及討論互動

### 1、發表論文摘要

如前所述，本次研討會本校由剛考上本校觀光系碩士班的郭姿吟同學進行論文發表，論文主題為《民宿讓旅遊地加值？民宿與旅遊地品牌權益關係之研究》(指導教授為曾喜鵬)，主要研究背景為基於民宿在臺灣發展蓬勃，其強調主人精神及與周邊環境資源結合以及在空間設計上的多樣性風格，使得民宿不僅具備住宿功能，還兼具了旅遊吸引力；過去為數豐富的民宿研究大都著重在各別民宿經營的議題，

鮮有研究探討臺灣民宿產業的興起對旅遊地發展的影響。

另一方面，在競爭激烈的旅遊市場中，各類型的旅遊地管理者無不構思各種策略來提升競爭力，其中品牌被視為有效的策略之一，旅遊地品牌的相關研究也因此逐漸被重視，其中旅遊地品牌權益為研究重點之一，包含旅遊地品牌權益如何衡量？以及旅遊地品牌權益如何形成等，然這類研究仍在發展階段，研究數量不多，亦尚未有一致性的研究結果。本研究將上述兩個議題加以連結，依據過去民宿與旅遊地品牌權益的研究結果，重新建構一個模式來探討臺灣民宿的興起對於旅遊地品牌權益的影響。本研究選取臺灣民宿數量較多、知名度較高、且彼此具有不同旅遊型態之清境地區與古坑地區進行問卷調查。共回收400份有效問卷，有效問卷率為95.2%。

研究結果顯示，無論清境地區或古坑地區，民宿與旅遊地品牌權益皆呈顯著正相關；相關分析結果顯示，「知覺品質」相關程度最高，由此可知，民宿的知覺品質會直接影響到整體旅遊地品牌權益之高低。因此，透過本研究結果可以驗證，民宿確實增加旅遊地之品牌權益。

## 2、與會者討論互動過程

與會者包含大陸及臺灣的學者與研究生約30人，與會者對於本論文發表主要產生的興趣有二：第一是有關臺灣民宿產業的興趣，第二部分在於旅遊地品牌權益議題的興趣。因此，大陸學者與研究生對於臺灣民宿的定義、概念、數量、分布、經營管理、旅遊資訊等提出許多問題，主要由郭姿吟同學負責回答，讓與會者對於臺灣民宿產業的發展有了更清楚的概念。而另一個與會者感興趣的問題在於旅遊地品牌權益的研究方面，詢問的主要問題在於如何衡量旅遊地品牌權益，以及研究的價值以及後續可研究方向，有一位臺灣學者讚賞本研究將民宿與旅遊地品牌結合的研究創意，並提出文章在方法上可加強的地方，這類問題則主要由共同發表者曾喜鵬老師跟與會者互動。整體而言，本論文發表獲得與會者的熱烈討論，不論對產業現況及研究價值得提升都有很大幫助。

### 三、心得與建議

#### (一) 兩岸學術交流平台多，未來應著重會議品牌建立

不論產業或學術界，兩岸交流越來越頻繁，以學術研究而言，結合兩岸知名大學共同舉行的學術研討會，是其中一個很重要的平台，然而數量雖多，能夠創新議題持續定期舉辦者則少有之。「海峽兩岸觀光旅遊研討會」結合了大陸北二外及廈門大學兩所大學旅遊系，以及本校與高雄餐旅大學兩所知名的觀光學系共同舉辦，加上該平台著重兩岸研究生的參與發表，並設置優秀論文獎，且已舉辦四屆，已在兩岸旅遊研究領域有高知名度，逐漸累積成果與品牌價值。

#### (二) 兩岸觀光學術研究差異大，未來應強化研究生參與程度

本校已連續參加三年研討會，每屆並帶領研究生二至三位參加論文發表，並由學生上台簡報，與在場學者與研究生互動，接受提問與回答，對於研究生而言，是其在畢業前非常難得的學術交流經驗，一方面瞭解大陸旅遊領域研究生所關注的研究議題，研究方法，研究成果的應用，以及上台簡報技巧與回答問題的反應力；另一方面，研究生必須在不同文化價值與思維方式的聽眾前，簡報自己的研究論文，讓研究生學習如何建立可以相互溝通的語言，讓與會者瞭解其研究的價值所在，也學習如何在更多聽眾的環境下進行簡報，以及回答與會者的問題以及各種挑戰，這是開拓研究視野的一種方法。有了這些經驗，未來將更有能力往不同語言體系的國家進行交流。

#### (三) 兩岸旅遊互動熱絡，學術界應合作建立華人旅遊研究典範

對於參加與會的學者專家來說，除了研究議題與方法的心得交換分享，更能藉此平台來觀察交流兩岸以及華人旅遊市場面臨的重要挑戰與議題，藉此建構出新的研究方向、議題與方法，作為建立華人旅遊研究的新範型，進一步作為學術研究社會實踐的工具。最後，本研討會明年將由本校（觀光系與餐旅系）主辦，由於參加的兩岸學者專家與研究生眾多，為本校展現學術研究與產業發展連結的重要平台與機會，建議學校能給予大力支持，連結相關院系中心資源，共同創造本研討會之創新作風。

附

錄

# 2012海峽兩岸旅遊觀光研討會

## 參會證書

曾喜鵬

于2012年8月27、28日參加本屆

研討會共記12小時，特頒此證 以茲證明

論文題目：

北京第二外國語學院 校長 *周. 烈*

2012年8月28日



# 2012海峽兩岸旅遊觀光研討會

## 參會證書

郭安吟曾喜鵬 于2012年8月27、28日參加本屆

研討會共記12小時，特頒此證以茲證明

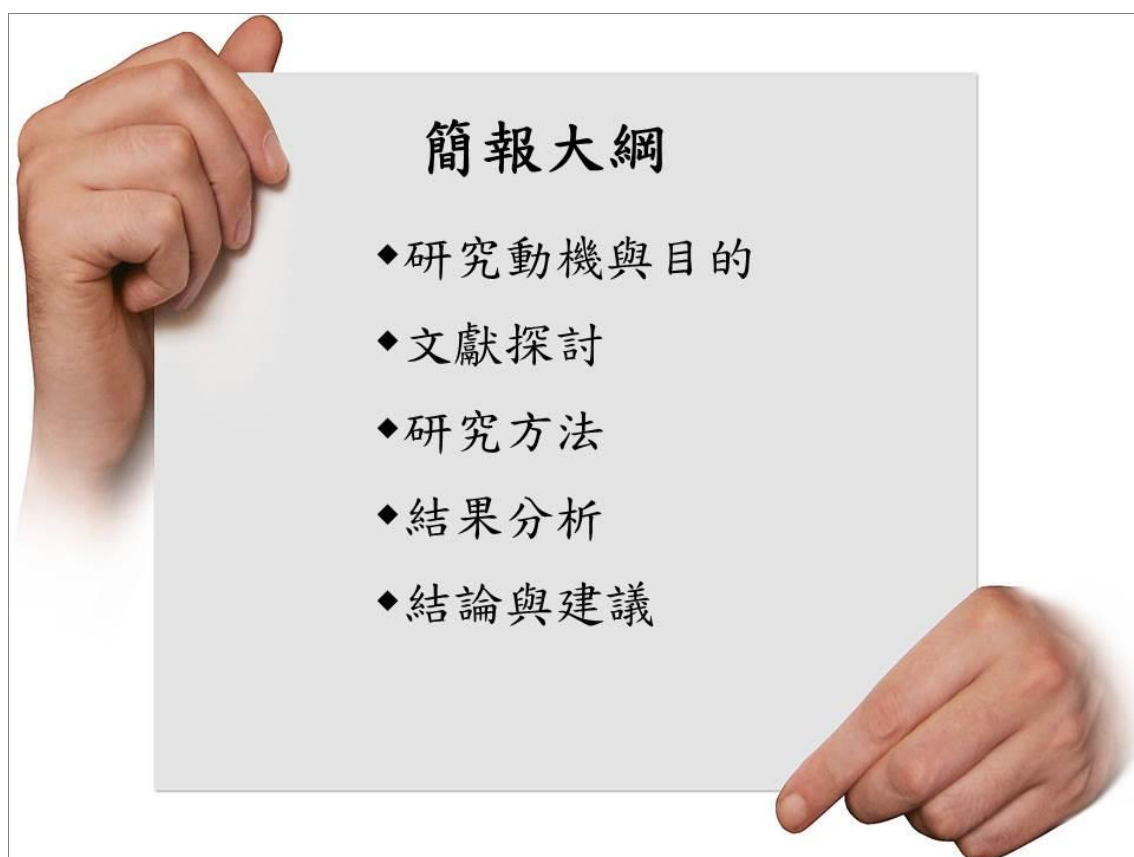
論文題目：民宿讓旅遊地加值——民宿與旅遊地品  
牌權益美譽之研究

北京第二外國語學院 校長

周烈

2012年8月28日





## 台灣民宿簡介

### 發展沿革

- 1981年—觀光風潮興起，引發住宿設不足
- 1989年—幫助原住民利用閒置土地興建民宿
- 1998年—實施全民週休二日，休閒時間增加
- 2000年—公佈民宿管理辦法，法制化管理
- 2001年至今—蓬勃發展，**民宿產業逐漸在旅遊地中占有一席之地**

## 台灣民宿簡介

- 定義
  - 利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。（觀光局，2001）



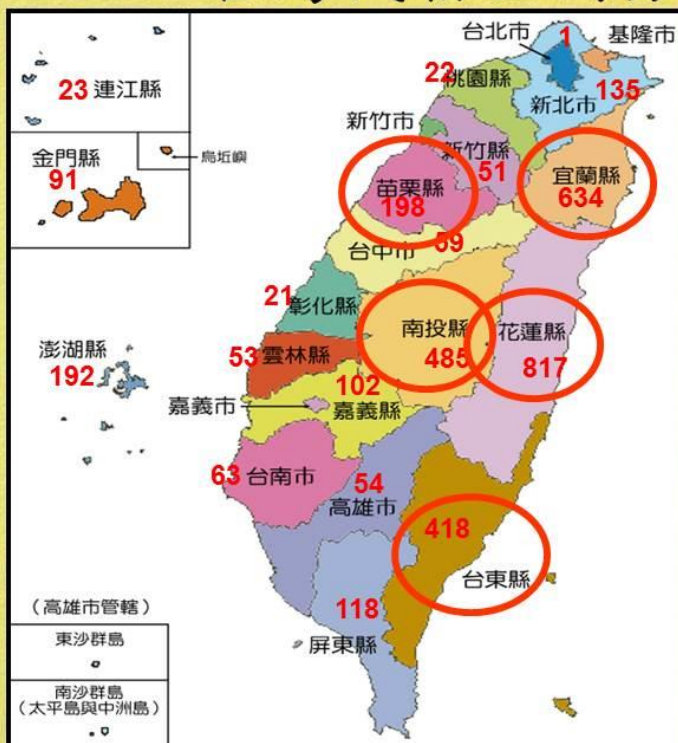


## 台灣民宿簡介

### • 民宿的特性

- (1) 強調鄉土風味，塑造「家」的感覺
- (2) 遊客能深入體驗當地文化與自然環境
- (3) 合理化的收費與自助性的服務
- (4) 濃厚人情味取代一般旅館豪華設備

## 台灣民宿空間分佈圖



### 花蓮縣：

花蓮市291(35.6%)  
吉安鄉217(26.6%)  
壽豐鄉91(28.7%)

### 宜蘭縣：

冬山鄉167(26.3%)  
五結鄉142(22.4%)

### 南投縣：

仁愛鄉122(25.6%)  
埔里鎮95(19.6%)  
鹿谷鄉89(18.4%)  
魚池鄉78(18.6%)

單位：民宿家數

資料來源：交通部觀光局



## 研究動機

1. 過去台灣民宿研究著重在個別經營管理層面，較少探究民宿的興起對於一個旅遊地發展的影響，以及如何影響？
2. 旅遊市場競爭激烈，品牌被視為有效提升競爭力之策略之一，而旅遊地規劃管理的重要目的在於提升旅遊地品牌權益。
3. 本研究將民宿與旅遊地品牌權益兩個概念加以結合，分析民宿對於旅遊地發展的影響。

## 研究目的

1. 依據文獻建立一個民宿與旅遊地品牌權益之關係模式
2. 實證分析民宿與旅遊地品牌權益之關連性



## 文獻探討(1/4)

### (一) 民宿與旅遊地之關係

#### 民宿

- 1.具有豐富鄉土風與濃厚的人情味並配合當地的天然資源與人文特色  
林万登，黃韶顏，陳靜怡，倪維亞(2004)
- 2.民宿具有地域性、獨一性、差異性、參與性、互動性  
Stutt,A.T.&Wortman(2005)

#### 旅遊地

- 1.旅遊地是觀光產品的組合，提供遊客美好旅遊經驗  
Mruphy,Pritchard,Smith(2000)
- 2.一個可供遊客過夜的實體空間  
UNWTO(2002)
- 3..遊客參與有關休閒活動與非活動的地方  
Pike,S(2009)

## 文獻探討(2/4)

### (二) 旅遊地品牌權益 (Brand Equity)

#### 品牌權益

- 1.現在盈餘和未來盈餘預測的折現值總額  
Brasco(1988)
- 2.連結品牌、品牌名稱及符號的一種資產與負債之集合  
Aaker(1991)
- 3.將品牌知識解釋為品牌權益，不同行銷活動會產成不同品牌效果，並反應消費者品牌知識之差異性  
Keller(1993)
- 4.在消費者心中建立品牌優勢與差異化，以超越競爭者而增加的品牌價值，並促使企業獲取利潤  
林宛霖(2010)

品牌權益越高可增加消費者進行購買決策時的信心



## 文獻探討(3/4)

### (三) 品牌權益之衡量

Aaker 五構面	Keller CBBE模型
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 品牌忠誠度</li> <li>• 品牌知名度</li> <li>• 知覺品質</li> <li>• 品牌聯想</li> <li>• 其他專屬資產</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 品牌知識</li> <li>• 品牌覺察</li> <li>• 品牌形象</li> <li>• 品牌聯想</li> </ul>

## 文獻探討(4/4)

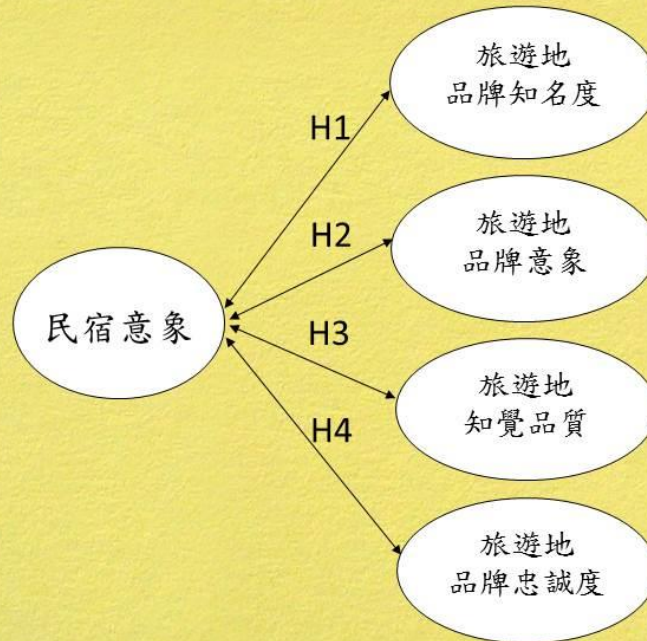
### (四) 旅遊地品牌權益之相關研究

#### 國內外旅遊地品牌權益相關研究

作者	年份	實證對象	理論基礎	使用構面
Konecnik	2006	旅遊地- Slovenia	Aaker(1991)	品牌知名度、品牌意象 品牌品質、品牌忠誠度
Konecnik & Gartner	2007	旅遊地- Slovenia	Aaker(1991) Keller(1993) Yoo&Donthu(2000)	品牌知名度、品牌意象 品牌品質、品牌忠誠度
Boo, Busser & Baloglu	2009	旅遊地- Las Vegas Atlantic city	Aaker(1991) Keller(1993) Lassar et al.(1995)	品牌知名度、品牌價值 品牌忠誠度、品牌經驗
林宛霖	2010	旅遊地- 高雄	Konecnik (2006) Konecnik & Gartner (2007)Boo et al. (2009)	品牌知名度、品牌意象 品牌品質、品牌忠誠度



## 研究方法-研究架構



## 研究方法-衡量工具建立

### 1. 民宿意象

以曾喜鵬，楊明青(2010)建立之民宿特定意象量表為工具，加上沈進成、王伯文(2004)、周君妍(2005)、丁誌敏、林淑真(2008)等文獻進行修正。共計**包含10個衡量問項**

### 2. 旅遊地品牌權益

以Konecnik (2006)、Konecnik與Gartner (2007)、Boo et al.(2009)及林宛霖(2010)的研究為基礎建立，將旅遊地品牌權益的組成分成**品牌知名度、品牌意象、知覺品質、品牌忠誠度**四個構面，共29個問項



## 研究方法-抽樣設計

### 1.研究對象

- 抽樣地區：南投縣清境地區、雲林縣古坑地區
- 曾前往兩地並居住過該地民宿
- 曾前往旅遊但未居住過民宿，對其民宿意象有基礎認知

### 2.樣本數

- 發出400份問卷，共回收393份問卷，有效問卷369份  
有效問卷回收率93.9%。

### 3.抽樣地點

- 清境地區：青青草原出入口、小瑞士花園、遊客中心
- 古坑地區：咖啡大街、綠色隧道、民宿周邊

## 研究方法-資料分析方法

### 1.敘述性統計

### 2.信度與效度分析

### 3.皮爾森積差相關分析



## 結果分析-樣本特性

### 性別

男性 42.5% 女性 57.7%

### 年齡

30~39歲 40.7%

### 職業

服務業 22.3%

### 教育

大學以上 57.0%

### 獲得民宿資訊來源

網路63.0% 同學朋友 45.3%

## 信、效度分析

構面	衡量題項	Cronbach's Alpha
民宿意象	10	0.906
旅遊地品牌知名度	5	0.773
旅遊地品牌意象	10	0.872
旅遊地知覺品質	8	0.907
旅遊地品牌忠誠度	6	0.904

## 民宿意象比較

### 全體樣本與個別地區比較

民宿意象	全部	古坑	清境
	平均數	平均數	平均數
民宿意象	3.61	3.37	3.84
A1.○○有很多家民宿可選擇	<b>3.93</b>	<b>3.57</b>	<b>4.30</b>
A2.○○民宿很集中	3.54	3.24	3.84
A3.○○的民宿風格具有多樣性	3.63	3.23	4.03
A4.○○的民宿房間很溫馨舒適	3.55	3.26	3.84
A5.○○的民宿很容易到達	3.42	3.32	3.52
A6.○○的民宿建築很有特色	3.68	3.20	4.16
A7.○○的民宿有家的感覺	3.53	3.43	3.63
A8.○○的民宿主人親切友善	3.74	3.62	3.87
A9.○○的民宿大都有提供特色餐食	3.44	3.37	3.52
A10.○○的民宿服務品質很好	3.60	3.47	3.73

## 旅遊地品牌權益比較

### 全體樣本與個別地區平均數比較

構面	全體樣本	古坑	清境
旅遊地 品牌知名度	3.67	3.50 <	3.84
旅遊地 品牌意象	3.67	3.55 <	3.79
旅遊地 知覺品質	3.56	3.41 <	3.70
旅遊地 品牌忠誠度	3.61	3.47 <	3.74
總平均	3.63	3.48 <	<b>3.76</b>



## 民宿意象與旅遊地品牌權益之相關分析

	民宿意象		
	全體	古坑	清境
品牌知名度	0.692(***)	0.709(***)	0.572(***)
品牌意象	0.672(***)	0.736(***)	0.492(***)
知覺品質	0.730(***)	0.793(***)	0.596(***)
品牌忠誠度	0.637(***)	0.686(***)	0.520(***)

註：顯著水準(雙尾) $<0.001$ 時(\*\*\*)

## 結論與建議

### • 結語

- 民宿意象與旅遊地品牌權益有顯著正相關，顯示以旅遊地意象與品牌權益觀點而言，民宿對旅遊地發展具有很高的影響效果

### • 建議

- 旅遊地管理應善用民宿來提增旅遊地之品牌權益，且建議改變現行僅提供各別民宿產品資訊的作法，改以整體民宿意象的塑造來打造差異化

### 附錄三 研討會發表之照片紀錄

#### ➡ 研討會開幕式



#### ➡ 與本系研究生（發表者）合影





### 附錄三 研討會發表之照片紀錄

➔ 於研討會會場外合影



➔ 與本系楊明青主任（右二）及本系學生（左一、右一）於閉幕式會場合影

